



BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 544/19

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 30 2017 025 909.3

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 28. August 2024 unter Mitwirkung der Richterin Uhlmann als Vorsitzende sowie der Richterin Kriener und der Richterin Berner

beschlossen:

1. Auf die Beschwerde des Markeninhabers wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 10 vom 12. Februar 2019 aufgehoben, soweit die Löschung der angegriffenen Marke für die Waren „künstliche Gliedmaßen, Augen und Zähne; chirurgisches Nahtmaterial ausgenommen Bälle und Halbbälle“ der Klasse 10, „Bekleidungsstücke; Schuhwaren; Kopfbedeckungen“ der Klasse 25 sowie die Dienstleistungen „Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten; Einzel- und Großhandelsdienstleistungen betreffend Schuhe und orthopädische Artikel“ der Klasse 35 angeordnet worden ist. Insoweit wird der Widerspruch aus der Widerspruchsmarke 30 2016 014 762 zurückgewiesen.
2. Die Beschwerde der Widersprechenden wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Das Wort-/Bildzeichen



ist am 11. Oktober 2017 angemeldet und am 4. Dezember 2017 unter der Nummer 30 2017 025 909 für die nachfolgend genannten Waren und Dienstleistungen in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Markenregister eingetragen worden:

Klasse 10:

orthopädische Artikel, insbesondere Schuheinlegesohlen; orthopädische Fußstützen; orthopädische Fersensohlen; orthopädische Fersenkissen; orthopädische Fußgewölbestützen; orthopädische Zehenstützen; orthopädische Zehenabspreitzer und -ausrichter; Schuhe und Stiefel für medizinische Zwecke; chirurgische, ärztliche, zahn- und tierärztliche Instrumente und Apparate; **künstliche Gliedmaßen, Augen und Zähne; chirurgisches Nahtmaterial ausgenommen Bälle und Halbbälle;**

Klasse 25:

Bekleidungsstücke; Schuhwaren; Kopfbedeckungen;

Klasse 35:

Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten; Einzel- und Großhandelsdienstleistungen betreffend Schuhe und orthopädische Artikel;

Klasse 40:

Dienstleistungen eines Orthopädie-Technikers

und/oder Meisters;

Klasse 42:

Beratung auf dem Gebiet der Informationstechnologie [IT];
Computersoftwareberatung; Computersystemanalysen; Dienstleistungen eines Architekten; Dienstleistungen eines Industriedesigners; Dienstleistungen eines Physikers; Dienstleistungen eines Verpackungsdesigners; Dienstleistungen von chemischen Labors; Dienstleistungen von Ingenieuren; Digitalisieren von Dokumenten; Durchführung chemischer Analysen; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung; Erstellen von technischen Gutachten; Fernüberwachung von Computersystemen; Forschungen auf dem Gebiet der Chemie; Forschungen auf dem Gebiet der Kosmetik; Forschungen auf dem Gebiet der Technik; Forschungen auf dem Gebiet des Maschinenbaus; Forschungs- und Entwicklungsdienste bezüglich neuer Produkte für Dritte; Grafikerdienstleistungen; Gestaltung- und Unterhaltung von Websites für Dritte; Installieren von Computerprogrammen; klinische Versuchsreihen; Konstruktionsplanung; Konvertieren von Computerprogrammen und Daten; Konvertieren von Daten oder Dokumenten von physischen auf elektronische Medien; Kopieren von Computerprogrammen; Materialprüfung; Materialprüfung bei Textilien; Unterwasserforschung; Vermietung von Computersoftware; Vermietung von Datenverarbeitungsgeräten; Vermietung von Webservern; Wartung von Computersoftware; Werkstoffprüfung; wissenschaftliche Forschung; wissenschaftliche Labordienstleistungen;

Klasse 44:

Dienstleistungen von Gesundheitszentren; Dienstleistungen von Schönheitssalons; Dienstleistungen von Sanatorien.

Gegen diese Marke, deren Eintragung am 5. Januar 2018 veröffentlicht wurde, hat die Widersprechende mit am 5. April 2018 beim DPMA eingegangenem Telefax Widerspruch eingelegt, und zwar gestützt auf die für die Waren und Dienstleistungen

Klasse 10:

orthopädische Artikel, insbesondere Schuheinlegesohlen; orthopädische Fußstützen; orthopädische Fersensohlen; orthopädische Fersenkissen; orthopädische Fußgewölbestützen; orthopädische Zehenstützen; orthopädische Zehenabspreizer und -ausrichter; Schuhe und Stiefel für medizinische Zwecke; chirurgische, ärztliche, zahn- und tierärztliche Instrumente und Apparate; künstliche Gliedmaßen, Augen und Zähne; chirurgisches Nahtmaterial; ausgenommen Bälle und Halbbälle;

Klasse 25:
Bekleidungsstücke; Schuhwaren; Kopfbedeckungen;

Klasse 35:
Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten; Einzel- und Großhandelsdienstleistungen, betreffend Schuhe und orthopädische Artikel;

Klasse 40:
Dienstleistungen eines Orthopädie-Technikers und/oder Meisters

unter der Nummer 30 2016 014 762 (Widerspruchsmarke 1) am 29. Juli 2016 eingetragene Wort-/Bildmarke



sowie auf die für die gleichen Waren und Dienstleistungen unter der Nummer 30 2013 070 300 (Widerspruchsmarke 2) am 28. April 2014 eingetragene Wort-/Bildmarke

SENSO)) MOTORIK

Den zunächst gegen alle Waren und Dienstleistungen der angegriffenen Marke gerichteten Widerspruch hat die Widersprechende in der mündlichen Verhandlung am 19. Oktober 2023 in Bezug auf die Dienstleistungen der Klasse 42 und die „Dienstleistungen von Schönheitssalons, Dienstleistungen von Sanatorien“ der Klasse 44 der jüngeren Marke zurückgenommen.

Die Markenstelle für Klasse 10 hat mit Beschluss vom 12. Februar 2019 die Gefahr der Verwechslung im Sinne von § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG zwischen der jüngeren Marke und der Widerspruchsmarke 1 zum Teil, nämlich für die oben fett

wiedergegebenen Waren und Dienstleistungen, bejaht und insoweit die teilweise Löschung der angegriffenen Marke angeordnet. Den Widerspruch aus der Widerspruchsmarke 2 hingegen hat sie als unbegründet zurückgewiesen.

Die Markenstelle hat zur Begründung der Entscheidung ausgeführt, alle Waren und Dienstleistungen in den Klassen 10, 25, 35, und 40 der angegriffenen Marke seien identisch zu denjenigen der Widerspruchsmarken. Die weiteren geschützten Dienstleistungen in den Klassen 42 und 44 seien hingegen zu denjenigen der Widerspruchsmarken mangels ausreichender Berührungspunkte unähnlich. So fehle auch eine Ähnlichkeit zwischen den Dienstleistungen von Gesundheitszentren der Klasse 44, die durch medizinisches Fachpersonal erbracht würden und den orthopädischen Hilfsmitteln der Klasse 10, die üblicherweise in einer externen orthopädischen Werkstatt hergestellt würden, da sie wenig Berührungen zueinander aufwiesen, nachdem den Verkehrskreisen bekannt sei, dass Gesundheitszentren orthopädische Artikel weder herstellten noch mit diesen handelten.

Angesichts der teilweise bestehenden Waren- und Dienstleistungsidentität seien bei durchschnittlicher Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarken strenge Anforderungen an den Markenabstand zu stellen, der von der jüngeren Marke im

Verhältnis zu der Widerspruchsmarke 1



nicht in jedem Fall eingehalten werde.



Die jüngere Marke **SENSOMOTORIK LABS** beinhalte die Worte „SENSOMOTORIK“ und „LABS“, die Widerspruchsmarke wiederum kombiniere die Worte „Sensomotorikzentrum“ und „Frankfurt“. Bei Frankfurt handele es sich als große deutsche Stadt für alle hier in Frage stehenden Waren und Dienstleistungen um einen Hinweis auf den Erbringungsort, sodass dieser Bestandteil als reine Sachangabe im markenrechtlichen Vergleich jedenfalls zurücktrete.


Der Begriff der „Sensomotorik“ bezeichne die Gesamtheit des durch Reize bewirkten Zusammenspiels von Sinnesorganen und Muskeln. Das englische Wort „Labs“ sei die Kurzform für den Plural von Labor und ein umgangssprachlicher Ausdruck für Labore. Das Wort „Sensomotorikzentrum“ wiederum sei als Bezeichnung für ein Kompetenzzentrum im Bereich der Sensomotorik problemlos verständlich. Begrifflich bezeichneten beide Marken somit eine zentrale Kompetenzstelle zur Erforschung und Behandlung der Sensomotorik. Vor dem Hintergrund der Identität hinsichtlich der gegenseitigen Waren und Dienstleistungen „künstliche Gliedmaßen, Augen und Zähne; chirurgisches Nahtmaterial; ausgenommen Bälle und Halbbälle; Bekleidungsstücke; Schuhwaren; Kopfbedeckungen; Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten; Einzel- und Großhandelsdienstleistungen, betreffend Schuhe und orthopädische Artikel“ seien unmittelbare begriffliche Verwechslungen der Marken nicht ausgeschlossen. Anders sei die Zeichenähnlichkeit aber in Bezug auf die Waren „orthopädische Artikel, insbesondere Schuheinlegesohlen; orthopädische Fußstützen; orthopädische Fersensohlen; orthopädische Fersenkissen; orthopädische Fußgewölbestützen; orthopädische Zehenstützen; orthopädische Zehenabspreitzer und -ausrichter; Schuhe und Stiefel für medizinische Zwecke; chirurgische, ärztliche, zahn- und tierärztliche Instrumente und Apparate“ sowie die „Dienstleistungen eines Orthopädie-Technikers und/oder Meisters“ zu beurteilen. Denn insoweit handele es sich um den Angebots- und Erbringungsort für diese Waren und Dienstleistungen. Damit käme eine Prägung der Wortbestandteile „SENSOMOTORIK LABS“ und „Sensomotorikzentrum“ diesbezüglich nicht in Betracht, so dass die Vergleichsmarken nur in ihrer Gesamtheit gegenübergestellt werden könnten. Dabei würden die Unterschiede der Marken die Gefahr einer unmittelbaren Verwechslung ausschließen.

Was die Gefahr von Verwechslungen zwischen der angegriffenen Marke und der Widerspruchsmarke 2 **SENSO))MOTORIK** angeht, könnten diese Zeichen aufgrund des in der angegriffenen Marke enthaltenen zweiten Markenworts LABS, das in der Widerspruchsmarke keine Entsprechung finde, klanglich ebenso wenig

wie in Anbetracht der unterschiedlichen grafischen Gestaltung auch schriftbildlich verwechselt werden. Begrifflich wiederum bezeichne die jüngere Marke „Labore zur Erforschung, Behandlung und Hilfsmittelfertigung im Bereich der Sensomotorik“. Demgegenüber weise die Widerspruchsmarke auf ein medizinisches Fachgebiet hin. Insofern sei in keiner relevanten Hinsicht eine Verwechslung der Zeichen gegeben. Im Hinblick auf diejenigen Waren und Dienstleistungen, hinsichtlich derer der Begriff der Sensomotorik lediglich die medizinische Bestimmung bezeichne, seien die Marken beschreibend und damit freihaltebedürftig. Somit könne der Begriff der „Sensomotorik“ die Zeichen nicht prägen, sodass diese in ihrer Gesamtheit gegenüberzustellen seien. Dabei würden die vorhandenen Markenunterschiede die Gefahr unmittelbarer Verwechslungen ausschließen. Anhaltspunkte für eine mittelbare Verwechslungsgefahr seien nicht gegeben. Der Widerspruch aus der Widerspruchsmarke 2 sei somit zurückzuweisen.

Gegen den Beschluss der Markenstelle richten sich die am 19. März 2019 von der Widersprechenden sowie die am 20. März 2019 vom Inhaber der angegriffenen Marke jeweils erhobenen Beschwerden.

In der Beschwerdebegründung hat die Widersprechende insbesondere geltend gemacht, dass auch für die von der Markenstelle nicht gelöschten Waren in der Klasse 10 und für die „Dienstleistungen eines Orthopädie-Technikers und/oder Meisters“ in der Klasse 40 sowie für die „Dienstleistungen von Gesundheitszentren“ der Klasse 44 eine hochgradige Ähnlichkeit vor allem in schriftbildlicher Hinsicht bestehe. Die genannten Waren und Dienstleistungen seien zu den Waren der Widerspruchsmarken identisch bzw. im Falle der Dienstleistungen der Gesundheitszentren hochgradig ähnlich zu den „orthopädischen Artikeln“ (Klasse 10) bzw. zumindest noch entfernt ähnlich zu den „künstlichen Gliedmaßen“ der Klasse 10. Die Vergleichszeichen wiesen in bildlicher Hinsicht deutliche Übereinstimmungen auf. Denn insoweit sei von einer Prägung der

Widerspruchsmarke  durch den Bestandteil „Sensomotorik“

auszugehen. Der Begriff der „Sensomotorik“ sei für die oben genannten Waren und Dienstleistungen nicht beschreibend. Ein unmittelbarer Zusammenhang dieser Waren und Dienstleistungen mit der „Sensomotorik“ sei nicht gegeben, vielmehr handele es sich bei diesen Waren und Dienstleistungen um Hilfsmittel, die der sogenannten „Propriozeption“ zuzuordnen seien. Bei dieser handele es sich um einen speziellen Teil der Sensorik, der die Informationsverschaltungen im Bereich der Tiefensensibilität beschreibe, die mit Gelenkstellungen und –bewegungen sowie Muskelkraft wahrgenommen werden könnten. Gerade die Waren der Klasse 10 seien Hilfsmittel, um bei einer gestörten „Propriozeption“ dem Körper Trigger zum Ausgleich zur Verfügung zu stellen.

Zum Bereich der Sensomotorik wiesen diese Waren allenfalls einen mittelbaren Bezug auf, insoweit sie motorische Bewegungsabläufe unterstützten.

Auch seien die angegriffene Marke und die Widerspruchsmarke 1 hinsichtlich der verwendeten Bildelemente hochgradig ähnlich. Diese wiesen in den Gestaltungen



erhebliche Gemeinsamkeiten auf. Die angesprochenen Verkehrskreise könnten bei flüchtiger Wahrnehmung der Zeichen die vorhandenen geringfügigen gestalterischen Unterschiede nicht benennen, es würde lediglich die schematische Darstellung eines Fußes in Erinnerung bleiben. Die angesprochenen Verbraucher erinnerten sich insbesondere an die angedeuteten Zehen im oberen Bereich des Bildelements, da eine gespiegelte Darstellung eines weiteren Fußes, wie es im Bildelement des angegriffenen Zeichens enthalten sei, infolge fehlender Konturen des linken Fußes, nicht in der Erinnerung verhafte.

Die Vergleichszeichen seien schriftbildlich, vom äußeren Erscheinungsbild, der Phonetik und dem Bedeutungsgehalt so ähnlich, dass eine Verwechslungsgefahr auch in Bezug auf die Waren der Klasse 10 sowie die Dienstleistungen der Klassen 40 und 44 bestehe.

Ebenso sei in Bezug auf die Widerspruchsmarke 2 Verwechslungsgefahr aufgrund bestehender Zeichenähnlichkeit gegeben. Denn insoweit würden die angegriffene Marke sowie auch die Widerspruchsmarke von dem Wortbestandteil „Sensomotorik“ geprägt. Dies sei bei der Widerspruchsmarke deswegen der Fall, weil es sich bei dem in das Wortelement integrierten Bildelement um eine einfache Form und eine rein dekorative Gestaltung handele, der nach den allgemeinen Kriterien die Unterscheidungskraft fehle.

Die Widersprechende beantragt sinngemäß,

den angefochtenen Beschluss der Markenstelle für Klasse 10 vom 12. Februar 2019 aufzuheben, soweit die Widersprüche zurückgewiesen worden und noch beschwerdegegenständlich sind und wegen des Widerspruchs aus den Marken 30 2016 014 762 sowie 30 2013 070 300 die teilweise Löschung der Marke 30 2017 025 909 anzuordnen und die Beschwerde des Markeninhabers zurückzuweisen.

Der ebenfalls beschwerdeführende Inhaber der angegriffenen Marke hat im Beschwerdeverfahren keinen Antrag gestellt und auch nicht zur Sache vorgetragen. Mit Schriftsatz vom 16. Oktober 2023 hat er um eine Entscheidung im schriftlichen Verfahren gebeten.

Der Senat hat mit Hinweis vom 6. Februar 2023 seine vorläufige Rechtsauffassung dargelegt, wonach die Beschwerde des Markeninhabers Aussicht auf Erfolg hat, während die Beschwerde der Widersprechenden zurückzuweisen sein wird.

In der auf Antrag der Widersprechenden am 19. Oktober 2023 durchgeführten mündlichen Verhandlung hat die Widersprechende den Übergang ins schriftliche Verfahren beantragt. Der Senat hat daraufhin beschlossen, im schriftlichen Verfahren zu entscheiden, jedoch nicht vor dem 15. Dezember 2023.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die gemäß § 64 Abs. 6 Satz 1, § 66 MarkenG statthafte und auch im Übrigen zulässige Beschwerde des Inhabers der jüngeren Marke hat Erfolg, da zwischen den Vergleichsmarken keine Verwechslungsgefahr im Sinne des § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG besteht. Der angefochtene Beschluss der Markenstelle für Klasse 10 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 12. Februar 2019 ist daher teilweise aufzuheben und der Widerspruch aus der Marke 30 2016 014 762 auch für die gelöschten Waren und Dienstleistungen zurückzuweisen.

Die Beschwerde der Widersprechenden hingegen hat keinen Erfolg und ist als unbegründet zurückzuweisen. Nach der Rücknahme des Widerspruchs für die Dienstleistungen der angegriffenen Marke der Klasse 42 sowie mit Ausnahme der „Dienstleistungen von Gesundheitszentren“ auch der Klasse 44, besteht zwar überwiegend Identität hinsichtlich der Waren und Dienstleistungen der Klassen 10, 25, 35 und 40, doch fehlt es an einer Ähnlichkeit der Vergleichszeichen angesichts der deutlich beschreibenden Züge des Wortbestandteils „Sensomotorik“, sodass eine Verwechslungsgefahr nicht in Betracht kommt.

A. Da die Anmeldung der angegriffenen Marke am 11. Oktober 2017 und damit zwischen dem 1. Oktober 2009 und dem 14. Januar 2019 eingereicht worden ist, ist für den gegen diese Eintragung erhobenen Widerspruch nach § 158 Abs. 3 MarkenG weiterhin § 42 Abs. 1 und 2 MarkenG in der bis zum 14. Januar 2019 geltenden Fassung anzuwenden. Eine für die Beurteilung des Streitfalls maßgebliche Änderung der Rechtslage folgt daraus nicht.

B. Die Frage, ob Verwechslungsgefahr im Sinne von § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG vorliegt, ist unter Heranziehung aller relevanten Umstände des Einzelfalls umfassend zu beurteilen. Dabei ist von einer Wechselwirkung zwischen der Identität oder der Ähnlichkeit der Waren oder Dienstleistungen, dem Grad der Ähnlichkeit der Marken und der Kennzeichnungskraft der prioritätsälteren Marke in der Weise

auszugehen, dass ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Waren oder Dienstleistungen durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Marken oder durch eine gesteigerte Kennzeichnungskraft der älteren Marke ausgeglichen werden kann und umgekehrt (st. Rspr.; vgl. auch EuGH GRUR 2020, 52 Rn. 41-43 - Hansson [Roslagspunsch/ROSLAGSÖL]; GRUR 2010, 1098 Rn. 44 – Calvin Klein/ HABM; GRUR 2010, 933 Rn. 32 – Barbara Becker; BGH GRUR 2020, 870 Rn. 25 – INJEKT/INJEX; GRUR 2019, 1058 Rn. 17 - KNEIPP; GRUR 2018, 79 Rn. 7 - OXFORD/Oxford Club; WRP 2017, 1104 ff. - Medicon-Apotheke/Medico Apotheke; GRUR 2016, 382 Rn. 19 - BioGourmet; GRUR 2016, 283 Rn. 7 - BSA/DSA DEUTSCHE SPORTMANAGEMENTAKADEMIE). Bei dieser umfassenden Beurteilung der Verwechslungsgefahr ist auf den durch die Marken hervorgerufenen Gesamteindruck abzustellen, wobei insbesondere die unterscheidungskräftigen und dominierenden Elemente zu berücksichtigen sind (vgl. EuGH, GRUR 2020, 52 Rn. 48 - Hansson [Roslagspunsch/ROSLAGSÖL]; BGH GRUR 2020, 870 Rn. 25 - INJEKT/INJEX).

Nach diesen Grundsätzen ist eine markenrechtliche relevante Gefahr von Verwechslungen zwischen den Vergleichsmarken nicht zu besorgen.

1. Ausgehend von der hier maßgeblichen Registerlage stehen sich identische Waren der Klassen 10 und 25 sowie der Dienstleistungen der Klassen 35 und 40 gegenüber. Die entsprechenden Waren- und Dienstleistungsbegriffe sind jeweils wortgleich in den Verzeichnissen enthalten.

Die weiterhin noch angegriffene Dienstleistung der jüngeren Marke der Klasse 44 „Dienstleistungen von Gesundheitszentren“ ist jedenfalls gering ähnlich zu den „Dienstleistungen eines Orthopädie-Technikers und/oder Meisters“ der Klasse 40 der Widerspruchsmarken.

Eine Ähnlichkeit von Dienstleistungen ist, in entsprechender Anwendung der zur Frage der Warenähnlichkeit entwickelten Grundsätze, anzunehmen, wenn diese in Berücksichtigung aller erheblichen Faktoren, die ihr Verhältnis zueinander

kennzeichnen – insbesondere ihrer regelmäßigen betrieblichen Herkunft, ihrer regelmäßigen Art und ihrer Erbringung, ihrem Einsatzzweck, ihrer Inanspruchnahme und wirtschaftlichen Bedeutung, ihrer Eigenart als miteinander konkurrierende oder einander ergänzende Produkte oder anderer für die Frage der Verwechslungsgefahr wesentlicher Gründe – so enge Berührungspunkte aufweisen, dass die beteiligten Verkehrskreise der Meinung sein könnten, sie würden von denselben oder ggfls. wirtschaftlich verbundenen Unternehmen erbracht, sofern sie – was zu unterstellen ist – mit identischen Marken gekennzeichnet sind (vgl. EuGH GRUR 2001, 164, 165 – Wintergarten; GRUR 2002, 544, 546 BANK 24; GRUR 2016 Rn. 21 BioGourmet; GRUR 2018 Rn. 11 OXFORD/Oxford Club). Die branchenmäßige Nähe der Dienstleistungen ist dabei ein wesentliches Kriterium (vgl. auch Ströbele/Hacker/Thiering, 14. Aufl., § 9 Rn. 113).

Bei den „Dienstleistungen von Gesundheitszentren“ in der Klasse 44 der jüngeren Marke und den „Dienstleistungen eines Orthopädie-Technikers und/oder Meisters“ der Widerspruchsmarken geht es übereinstimmend vorwiegend um Dienste, die einem Menschen zu einer verbesserten Gesundheit oder der Linderung von Schmerzen verhelfen sollen. Der übereinstimmende Zweck der zuvor genannten Dienstleistungen, der sich in dem Nutzen für die Patienten niederschlägt, ist die Verbesserung der Gesundheit, so dass auch angesichts der branchenmäßigen Nähe der Dienste als solche des Gesundheitswesens jedenfalls nicht von einer Unähnlichkeit der Dienstleistungen ausgegangen werden kann.

2. Neben den mit medizinischen und orthopädischen Artikeln sowie mit den Dienstleistungen eines Gesundheitszentrums befassten Fachkreisen der Mediziner und der im Gesundheitswesen tätigen Hilfspersonen richten sich die Vergleichswaren und Vergleichsdienstleistungen an den normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher (vgl. EuGH GRUR 2006, 411 Rn. 24 – Matratzen Concord/Hukla). Soweit die Waren der Klasse 10 und die Dienste der Klasse 44 betroffen sind, werden die

angesprochenen Verkehrskreise diesen Waren angesichts des Bezugs zu Gesundheitsthemen mit einer leicht erhöhten Aufmerksamkeit begegnen (vgl. dazu BGH GRUR 1995, 50, 53 – Indorektal/Indohexal; GRUR 2011, 826 Rn. 27 Enzymax/Enzimix; BPatG GRUR 2014, 669 – PANTOPREM/PANTOPAN).

3. Der Senat geht von einer originär unterdurchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarken in Bezug auf alle geschützten Waren und Dienstleistungen aus.

Die originäre Kennzeichnungskraft einer Marke wird durch ihre Eignung bestimmt, sich unabhängig von der jeweiligen Benutzungslage als Unterscheidungsmittel für die Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens bei den beteiligten Verkehrskreisen einzuprägen und die Waren und Dienstleistungen damit von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. BGH 2017, 75 Rn. 19 – Wunderbaum II; GRUR 2016, 283 Rn. 10 - BSA/DSA DEUTSCHE SPORTMANAGEMENTAKADEMIE). Bei der Bestimmung der Kennzeichnungskraft sind alle relevanten Umstände zu berücksichtigen, zu denen insbesondere die Eigenschaften, die die Marke von Haus aus besitzt, der von der Marke gehaltene Marktanteil, die Intensität, die geografische Verbreitung und die Dauer der Benutzung der Marke, der Werbeaufwand des Unternehmens für die Marke und der Teil der beteiligten Verkehrskreise gehören, die die Waren oder Dienstleistungen auf Grund der Marke als von einem bestimmten Unternehmen stammend erkennen (st. Rspr.; EuGH GRUR Int 1999, 734 - Lloyd; GRUR Int 2000, 73 - Chevy; GRUR 2005, 763 - Nestle/Mars; BGH GRUR 2013, 833 Rn. 41 - Culinaria/Villa Culinaria; GRUR 2007, 1071 Rn. 27 - Kinder II; GRUR 2007, 1066 Rn. 33 - Kinderzeit; GRUR 2009, 766 Rn. 30 - Stofffähnchen I; GRUR 2009, 672 Rn.21 - OSTSEE-POST).

3.1. Widerspruchsmarke 1: 30 2016 014 762

Mit dem Wortbestandteil „Sensomotorikzentrum“ der Widerspruchsmarke 1



und dem darin enthaltenen Fachbegriff der „Sensomotorik“ bezieht sich die Marke inhaltlich auf ein „Zentrum für Sensomotorik“.

Bei „Sensomotorik“ handelt es sich um einen Fachbegriff aus dem Gesundheitsbereich, der das Zusammenspiel von Reizaufnahme (Sensorik) über Sinnesorgane und der Antwort auf den Reiz in Form von Bewegungen (Motorik) bezeichnet, es geht somit um die Steuerung und Kontrolle der Bewegungen von Lebewesen im Zusammenspiel mit Sinnesrückmeldungen. Die Wahrnehmung von Reizen

<https://de.wikipedia.org/wiki/Wahrnehmung><https://de.wikipedia.org/wiki/Reiz> durch Sinnesorgane und das motorische Verhalten stehen in einem direktem Zusammenhang. Diese Prozesse verlaufen parallel, wie z. B. zwischen Auge, Ohr und der gezielten Steuerung von Arm- und Fußbewegungen beim Autofahren (so die Definition aus den Online Portalen „Wikipedia“ sowie „biologie.seite.de“ – vgl. die mit Senatshinweis vom 6. Februar 2023 übersandten Anlagen 1). Bei dem Begriff der „Sensomotorik“ handelt es sich um einen Fachbegriff der Neurowissenschaft, der Sportwissenschaft sowie um einen Gegenstand und Behandlungsschwerpunkt im Rahmen von Ergotherapien und Physiotherapien. Dabei werden die Zusammenhänge von Hirn- und Nervenaktivität und Bewegungsabläufen untersucht. Gegenstand der Ergotherapie und Physiotherapie kann dabei der Wiederaufbau gestörter sensomotorischer Funktionen sein oder die Verbesserung von Bewegungsabläufen mit Hilfe gezielter Bewegungsschulung basierend auf Konzepten der Sensomotorik (z.B. sensomotorisches Training, sensomotorische Übungen, sensomotorisches Kraft-Zirkeltraining). Die Sensomotorik ermöglicht unter anderem eine schnelle Bewegungskontrolle, um auf die Herausforderungen der Umwelt adäquat reagieren zu können, und ist eine wichtige Voraussetzung für die Beherrschung der Sprache. Ohne die <https://flexikon.doccheck.com/de/Akustisch> akustische Kontrolle über die eigenen

Sprachäußerungen ist das Erlernen und Ausführen der notwendigen motorischen Abläufe beim Sprechen nicht bzw. nur eingeschränkt möglich.

Vor diesem Hintergrund ergibt sich für die relevanten Widerspruchswaren und – Dienstleistungen ein sachlicher Zusammenhang zu dem Fachbegriff der Sensomotorik. So kann es sich bei den Waren „Bekleidungsstücke; Schuhwaren; Kopfbedeckungen“ der Klasse 25 um spezielle Kleidung zur Verbesserung der sensomotorischen Fähigkeiten eines Menschen handeln. Wie die Senatsrecherche gezeigt hat, gibt es neben orthopädischen sensomotorischen Einlagen für Schuhe auch sensomotorische Schuhe (z.B. Barfußschuhe) sowie spezielle Kleidung, insbesondere Babykleidung, die die sensomotorischen Fähigkeiten von kleinen Kindern verbessern soll („Mit richtiger Kleidung zur perfekten Sensomotorik“ – siehe insgesamt die als Anlagenkonvolut 2 mit dem Senatshinweis übermittelten Unterlagen). Die Waren der Klasse 10 umfassen unter anderem „orthopädische Artikel, Schuhe und Stiefel für medizinische Zwecke, chirurgische, ärztliche, zahn- und tierärztliche Instrumente und Apparate“, die Hilfsmittel einer sensomotorischen Behandlung, Therapie oder eines Trainings sein können oder in einem engen Zusammenhang zu dieser stehen können. Auch für die Waren „künstliche Gliedmaßen, Augen und Zähne; chirurgisches Nahtmaterial ausgenommen Bälle und Halbbälle“ kann ein Zusammenhang mit Sensomotorik vorliegen, weil bei der Entwicklung, Anpassung, Fertigung und dem Einsatz von künstlichen Gliedmaßen, Augen oder Zähnen sowie von chirurgischem Nahtmaterial auch die Fragen der Sensomotorik eine Rolle spielen können bzw. deren Einsatz auf sensomotorische Fähigkeiten abgestimmt werden kann und muss (vgl. die als Anlagenkonvolut 3 mit dem Senatshinweis übermittelten Unterlagen). In Bezug auf die Dienstleistungen von Gesundheitszentren in der Klasse 44 kann mit dem Hinweis auf die Sensomotorik ein Schwerpunkt- und Spezialisierungsbereich der Dienstleister angesprochen sein (vgl. dazu die als Anlagen 4 zum Senatshinweis übermittelten Unterlagen). Soweit es um die Dienstleistungen der Klasse 35 geht, können sich diese inhaltlich, gegenständlich oder schwerpunktmäßig mit Sensomotorik

beschäftigen und etwa im Rahmen bestimmter Werbemaßnahmen und Aktionen dieser Begriff als Themen- oder Branchenschlagwort verwendet werden.

Damit weist die Bezeichnung „Sensomotorikzentrum“ der Widerspruchsmarke 1 im Zusammenhang mit sämtlichen relevanten Waren und Dienstleistungen lediglich auf eine Einrichtung oder Erbringungsstätte hin, die sich auf Sensomotorik als Angebotsschwerpunkt spezialisiert hat. Mit dem weiteren Zusatz „Frankfurt“ wird die Beschreibung der Einrichtung oder Erbringungsstätte neben dem inhaltlichen Schwerpunktbereich der Sensomotorik örtlich weiter dergestalt ergänzt, als es sich um eine solche Einrichtung in dem Ort Frankfurt handelt.

Die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke bzw. ihre Schutzfähigkeit resultieren insoweit allein aus ihren weiteren Bildbestandteilen, einer stilisierten Abbildung eines nackten linken Fußabdrucks.

3.2. Widerspruchsmarke 2: 30 2013 070 300

Entsprechendes gilt für die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke 2

SENSO))MOTORIK, die in dem Wortbestandteil den Fachbegriff „Sensomotorik“ beinhaltet und ihre Schutzfähigkeit in Bezug auf die relevanten Waren und Dienstleistungen allein durch die zusätzlichen, in das Wort integrierten Bildbestandteile – ein im Buchstaben O befindlichen Punkt und zwei gebogene Striche nach Art der üblichen Darstellung von Funk- und Radiowellen zwischen den Wortteilen „SENSO“ und „MOTORIK“ – erlangt.

4. Eine Zeichenähnlichkeit zwischen den sich jeweils gegenüberstehenden Vergleichszeichen ist nicht gegeben.

Eine für das Vorliegen einer Verwechslungsgefahr relevante Markenähnlichkeit kann in klanglicher, schriftbildlicher oder begrifflicher Hinsicht bestehen, wobei es für die Annahme einer Verwechslungsgefahr regelmäßig ausreicht, wenn zwischen den jeweiligen Vergleichsmarken nur in einer dieser Kategorien ausreichende

Übereinstimmungen festzustellen sind (BGH GRUR 2020, 870 Rn. 25 – INJEKT/INJEX; GRUR 2017, 914 Rn. 58 – Medicon-Apotheke/MediCo Apotheke; GRUR 2015, 1114 Rn. 23 – Springender Pudel; GRUR 2015, 1004 Rn. 22 – IPS/ISP; GRUR 2014, 382 Rn. 25 – REAL-Chips). Dabei sind grundsätzlich die Vergleichsmarken als Ganzes gegenüberzustellen und in ihrem Gesamteindruck miteinander zu vergleichen, da der Verkehr eine Marke so aufnimmt, wie sie ihm entgegentritt, ohne sie einer analysierenden und zergliedernden Betrachtungsweise zu unterziehen (BGH GRUR 2019, 1058 Rn. 34 – KNEIPP; GRUR 2013, 833 Rn. 45 – Culinaria/Villa Culinaria; Ströbele/Hacker/Thiering, MarkenG, 14. Aufl., § 9 Rn. 258 m. w. N.). Das schließt nicht aus, dass unter Umständen ein oder mehrere Bestandteile eines komplexen Kennzeichens für den Gesamteindruck prägend sein können, den das Kennzeichen im Gedächtnis der angesprochenen Verkehrskreise hervorruft (vgl. EuGH GRUR 2007, 700 Rn. 41 – HABM/Shaker [Limoncello/LIMONCHELO]; GRUR 2005, 1042 Rn. 29 – THOMSON LIFE; BGH GRUR 2020, 1202 Rn. 26 – YOOFood/YO; GRUR 2014, 382 Rn. 14 – REAL-Chips; GRUR 2012, 64 Rn. 14 – Maalox/MeloxGRY). Die relevanten Verkehrskreise - vorliegend die Endverbraucher sowie die im medizinischen Bereich tätigen Fachkreise - nehmen diese in der Regel nicht nebeneinander wahr, sondern vergleichen sie in ihrer Erinnerung. Dabei fallen Übereinstimmungen grundsätzlich stärker ins Gewicht als Abweichungen (vgl. auch Ströbele/Hacker/Thiering, MarkenG, 14. Aufl., § 9 Rn. 272).

4.1 Es stehen sich einmal die Vergleichszeichen



und



(Widerspruchsmarke 1)

gegenüber.

In der Gesamtheit besteht ein ausreichender Abstand, um die Gefahr von Verwechslungen auszuschließen.

4.1.1 Bei der Ermittlung des klanglichen Gesamteindrucks mehrgliedriger Marken mit Wort-/Bildbestandteilen ist im Regelfall – und so auch hier – davon auszugehen, dass der Verkehr dem Wort als einfachster und kürzester Bezeichnungsform die prägende Bedeutung zumisst (BGH GRUR 2004, 778, 779 – URLAUB DIREKT; BPatG 25 W (pat) 16/09 – Chocomels). Nach diesem Grundsatz ist im vorliegenden Fall von einer Prägung des Gesamteindrucks der angegriffenen Marke durch das Wort „SENSOMOTORIK“ auszugehen. Der weitere Wortbestandteil **L A B S** wird aufgrund seiner geringeren Größe im Verhältnis zu Sensomotorik und der Wiedergabe in einem unauffälligen gelben Farbton sowie seiner Bedeutung als Kurzform für „Labor“ von einem entscheidungserheblichen Teil der angesprochenen Verkehrskreise bei der klangliche Wiedergabe vernachlässigt werden. Die Wiedergabe zweier gegenläufig angeordneter Fußgestaltungen der angegriffenen Marke eignet sich nicht für deren klare Benennung. Das Widerspruchszeichen wird klanglich entsprechend dominiert von den jeweiligen Wortbestandteilen. Somit stehen sich in klanglicher Hinsicht, wenn zugunsten der Widersprechenden von einem Vernachlässigen der Ortsangabe Frankfurt ausgegangen wird, die Vergleichsbezeichnungen „SENSOMOTORIK“ und „Sensomotorikzentrum“ gegenüber. Die Zeichen stimmen zwar in dem Bestandteil „Sensomotorik“ überein, deren Unterschiede sind aber durch den zusätzlich in der Widerspruchsmarke vorhandenen zweisilbigen Bestandteil „-zentrum“, der trotz der Stellung am Wortende schon angesichts seiner Länge nicht überhört wird, ausreichend deutlich, um eine Gefahr von Verwechslungen auszuschließen. Unabhängig davon handelt es sich bei dem identischen Wort bzw. Wortteil SENSOMOTORIK bzw. Sensomotorikzentrum für die beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen um eine für sich genommen nicht schutzfähige Sachangabe, so dass eine klangliche Zeichenähnlichkeit durch die Übereinstimmung in „Sensomotorik“ aus Rechtsgründen zu verneinen ist.

4.1.2 Auch in begrifflicher Hinsicht ist keine relevante Zeichenähnlichkeit gegeben. Soweit sich die Bezeichnungen SENSOMOTORIK LABS und SENSOMOTORIKZENTRUM gegenüberstehen, stimmen die Vergleichszeichen

ihrem Sinngehalt nach schon nicht überein. Sie weisen zwar beide ihrem gedanklichen Inhalt nach einen Bezug zu dem Thema der SENSOMOTORIK auf. Jedoch bezeichnet der Begriff „Sensomotorikzentrum“ nach dem allgemeinen Sprachverständnis eine zentrale Einrichtung mit dem Schwerpunkt der Sensomotorik, die mit einem SENSOMOTORIK LABS, also einem Sensomotorik Labor, nicht identisch ist. Denn die Bezeichnung Labs als Kurzform für Labore bezeichnet eine Mehrzahl von Arbeitsplätzen vor allem im Bereich der Naturwissenschaften, in denen verschiedene Experimente, Prozesskontrollen, Qualitätskontrollen, Prüfungen und Messungen durchgeführt oder chemische Materialien bearbeitet sowie chemische Produkte hergestellt werden (vgl. dazu die entsprechende Definition von „Labs“ und „Labor“ in dem Online Lexikon Wikipedia und dict.leo.org - Anlagen 5 und 6 der mit dem Senatshinweis übermittelten Unterlagen). Selbst wenn man davon ausgehen wollte, dass in einem „Zentrum“ als dem allgemeineren Begriff möglicherweise auch ein Labor mit enthalten sein kann, würde dies zu keiner relevanten begrifflichen Zeichenähnlichkeit führen. Denn soweit sich die Waren- und Dienstleistungsangebote von einem „Sensomotorik Labs“ und einem „Sensomotorikzentrum“ überschneiden und eine gewisse begriffliche Nähe zwischen diesen Bezeichnungen bejaht werden könnte, beziehen sich entsprechende Übereinstimmungen jedenfalls allein auf den sachbeschreibenden Sinngehalt der Kollisionszeichen, so dass auch in diesem Fall eine begriffliche Zeichenähnlichkeit aus Rechtsgründen ausgeschlossen wäre.

4.1.3 Die Vergleichszeichen sind zwar in (schrift)bildlicher Hinsicht nicht vollständig unähnlich. Sie weisen in dieser Wahrnehmungskategorie durch die übereinstimmenden Wortbestandteile bzw. Wortteile „Sensomotorik“ sowie die bildliche Ausgestaltung mit einem nackten Fußabdruck und einer mehrzeiligen Anordnung der Wortbestandteile eine gewisse Ähnlichkeit auf. Zudem können - zumindest in dieser Wahrnehmungskategorie - auch die für sich genommen vollständig schutzunfähigen Wortbestandteile der Widerspruchsmarke nicht vollständig vernachlässigt werden (BGH 2020, 870 Rn. 51 - INJEKT/INJEX). In ihrem (schrift)bildlichen Gesamteindruck, auf den es entscheidungserheblich

ankommt, unterscheiden sich die Vergleichszeichen jedoch so deutlich, dass allenfalls von einer weit unterdurchschnittlichen (schrift)bildlichen Zeichenähnlichkeit ausgegangen werden kann.

Die angegriffene Marke weist mit der Wiedergabe zweier stark verfremdeter nackter Fußabdrücke auffällige Bildelemente auf, die der Widerspruchsmarke fehlen. Es handelt sich um die durch gelbe und ockerfarbige Striche sowie in schwarzer Farbe gehaltene Darstellung von Ballenbereichen und mit unterschiedlichen Punkten ausgeführten Zehenbereichen von zwei gegenläufig wiedergegebenen Fußabdrücken eines rechten Fußes, die mittig durch eine S-förmige schwarze Linie getrennt sind und zweifellos in das visuelle Erinnerungsbild mit aufgenommen werden. Zwar ist auch das Bildelement der Widerspruchsmarke ein mit schwarzen, unterschiedlich großen Punkten als Zehen und einem schwarzen S-förmigen Strich unterschiedlicher Dicke dargestellter Fußabdruck. Aber es handelt sich nur um einen linken Fuß, der zudem sehr reduziert und nüchtern dargestellt ist und auch durch das Fehlen von Farbe und jeglicher Schnörkel eine gänzlich andere Anmutung aufweist, als die in der angegriffenen Marke abgebildeten Fußabdrücke. Diese Unterschiede überwiegen die Übereinstimmungen der Vergleichszeichen hinreichend deutlich, so dass auch in (schrift)bildlicher Hinsicht eine Zeichenähnlichkeit ausgeschlossen ist. Dabei ist zu berücksichtigen, dass das Motiv des Fußabdrucks selbst einen Sachhinweis auf die Sensomotorik darstellt, da der Fuß eine zentrale Rolle für die Sensomotorik des Körpers einnimmt. Die bloße Übereinstimmung in dem Fußmotiv genügt deshalb wegen ihres Sachbezugs nicht zur Begründung einer Zeichenähnlichkeit. Die Abweichungen in der Ausgestaltung des Motivs gewinnen demgegenüber an Gewicht.

Anders als die Markenstelle meint, stehen sich nach Auffassung des Senats im vorliegenden Kollisionsfall jeweils kennzeichnungsschwache Zeichen gegenüber, die allenfalls im Hinblick auf ihre konkrete (schrift)bildliche Gestaltung zur Eintragung gekommen sind. Da sich die Zeichen in dieser Hinsicht jedoch hinreichend deutlich unterscheiden, ist eine Gefahr von Verwechslungen zu verneinen, auch im Zusammenhang mit identischen Waren. Würde es beim

Zeichenvergleich allein auf den jeweils in den Zeichen übereinstimmenden Zeichenbestandteil bzw. Zeichenteil „Sensomotorik“ ankommen, würde der älteren Marke im Ergebnis ein Schutzzumfang zugebilligt, der ihr nach ständiger Rechtsprechung nicht zukommt. Die ältere Marke könnte Schutz für eine Bezeichnung beanspruchen, bei der es sich ganz offensichtlich um eine für alle relevanten Waren und Dienstleistungen für sich genommen nicht schutzfähige Fachbezeichnung handelt.



SENSOMOTORIK
• L A B S • und

4.2 Es stehen sich zum anderen die Vergleichszeichen

SENSO))MOTORIK gegenüber.

4.2.1 In klanglicher Hinsicht ist nach den unter Ziffer 4.1.1 dargelegten Grundsätzen von einer beiderseitigen Wiedergabe der Marken jeweils mit dem Bestandteil „Sensomotorik“ auszugehen. Da es sich in Verbindung mit allen beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen insoweit jedoch um einen schutzunfähigen Fachbegriff handelt, kann die Übereinstimmung insoweit eine Verwechslungsgefahr im Rechtssinne nicht begründen.

4.2.2 In (schrift)bildlicher Hinsicht ist angesichts des in der angegriffenen Marke enthaltenen Bildbestandteils von zwei in gelber und schwarzer Farbe wiedergegebenen Fußabdrücken, die in der älteren Marke keinerlei Entsprechung findet, von einem ausreichenden Abstand auszugehen.

4.2.3 Das ist auch in begrifflicher Hinsicht der Fall, weil sich die Bezeichnungen „Sensomotorik Labs“ und „Sensomotorik“ einmal begrifflich schon nicht entsprechen und zum anderen die begriffliche Übereinstimmung in der schutzunfähigen Angabe „Sensomotorik“ eine Verwechslungsgefahr im Rechtssinne nicht begründen kann (vgl. BGH GRUR 2012, 1040 Rn. 43 – pjur/pure; BPatG 25 W (pat) 501/16 – moringa/MORINGA EUROPA).

5. Es besteht auch keine Verwechslungsgefahr im weiteren Sinn unter dem Gesichtspunkt einer selbständig kennzeichnenden Stellung des Wortbestandteils "Sensomotorik" der Widerspruchsmarken in dem angegriffenen Zeichen. Bei der Verwechslungsgefahr im weiteren Sinn erkennt der Verkehr zwar die Unterschiede zwischen den Marken; er geht aber von organisatorischen oder wirtschaftlichen Verbindungen zwischen den Markeninhabern aus (vgl. BGH GRUR 2004, 779, 783 - Zwilling/Zweibrüder; GRUR 2008, 903 Rn. 31 - SIERRA ANTIGUO; GRUR 2013, 1239 Rn. 45 - VOLKSWAGEN/Volks.Inspektion). Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne liegt insbesondere dann vor, wenn eine ältere Marke oder der prägende Bestandteil einer älteren Marke identisch oder ähnlich als Bestandteil in eine komplexe Marke aufgenommen wird, in der er eine selbständig kennzeichnende Stellung behält, und wenn wegen der Übereinstimmung dieses Bestandteils mit der älteren Marke bei den angesprochenen Verkehrskreisen der Eindruck hervorgerufen wird, dass die fraglichen Waren oder Dienstleistungen aus wirtschaftlich miteinander verbundenen Unternehmen stammen. Es reicht aber nicht aus, dass allein aufgrund der Übernahme eines Zeichenbestandteils die angegriffene Marke geeignet sein könnte, Assoziationen an ein fremdes Kennzeichen hervorzurufen (vgl. BGH GRUR 2009, 772, 777 – Augsburg Puppenkiste). Es müssen vielmehr besondere Umstände vorliegen, die es rechtfertigen, in einem zusammengesetzten Zeichen einzelne oder mehrere Bestandteile als selbständig kennzeichnend anzusehen (BGH GRUR 2018, 79 Rn. 43 – OXFORD/OXFORD CLUB). Daran fehlt es vorliegend. Da die Bezeichnung Sensomotorik - wie ausgeführt – für die relevanten Waren und Dienstleistungen schutzunfähig ist, kann sie weder den Gesamteindruck der Widerspruchsmarken prägen noch in der angegriffenen Marke eine selbständig kennzeichnende Stellung einnehmen.

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

III.

Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Beschluss steht den 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 Rechtsbeschwerde ist innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstraße 45a, 76133 Karlsruhe, durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt als Bevollmächtigten schriftlich einzulegen.