



BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 525/21

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 30 2019 100 264

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 19. April 2022 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Prof. Dr. Kortbein, der Richterin Fehlhammer und der Richterin Dr. Rupp-Swienty, LL.M.,

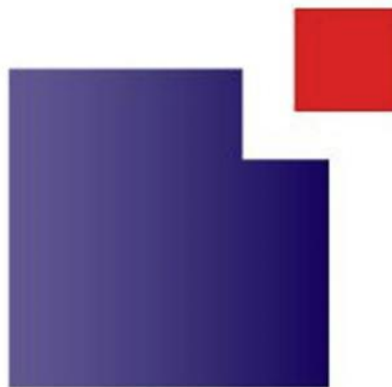
beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe:

I.

Das Zeichen



ist am 19. März 2019 unter der Nummer 30 2019 100 264 als Bildmarke für Dienstleistungen der Klassen 35, 36 und 42 in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Markenregister eingetragen worden und genießt nach einem Teilverzicht noch Schutz für folgende Dienstleistungen:

Klasse 35: Werbung, Marketing und Verkaufsförderung in der Immobilien- und Baubranche; Hilfe in Geschäftsangelegenheiten, Geschäftsführung und administrative Dienstleistungen, nämlich in der Immobilien- und Baubranche; Werbung für Immobilien; kaufmännisches Projektmanagement in der Immobilien- und Baubranche; Durchführung von Projektstudien für Unternehmen in der Immobilien- und Baubranche; Entwicklung von Unternehmensstrategien in der Immobilien- und Baubranche;

Klasse 36: Immobiliendienstleistungen; Vermittlung von Finanzierungen für Bauarbeiten; Immobilienberatung; Immobilienvermietungsdienste; Immobilienverwaltung;

Klasse 42: Architektur- und Stadtplanungsdienstleistungen; Dienstleistungen von Ingenieuren; Vermessung von Immobilien; Entwurfsdienstleistungen in Bezug auf Immobilien; Erstellung von Gutachten in Bezug auf die Planung von Immobilien; technisches Projektmanagement; Planung technischer Projekte; Entwicklung von Bauvorhaben.

Gegen die Eintragung der am 18. April 2019 veröffentlichten Marke hat die Beschwerdeführerin als Inhaberin der am 28. November 2016 international registrierten und auf das Gebiet der EU schutzerstreckten Marke 1 347 861



am 18. Juli 2019 Widerspruch erhoben.

Die Widerspruchsmarke ist in der EU für die folgenden Waren und Dienstleistungen geschützt:

- Klasse 9: Input and data-processing appliances for the collection and processing of data associated with goods, resources, external services and labour in connection with the planning, execution and monitoring of activities, jobs, processes, manufacturing, projects and services, for time management, namely the management and exploitation of staff time, for safety engineering such as access control, for the input of operating data such as the input of expenses and costs, contractual deadlines, machine data, quality data, volume data, time data, labour data, resource data, for the control of manufacturing and for the management of the employment of staff and resources; computer equipment; software for collecting said data and for storing information; all of the aforementioned goods, not for the image, sound and lighting sector;
- Klasse 16: Written material accompanying software and data processing programs, namely manuals, catalogues, user guides and operating instructions;
- Klasse 35: Advertising; consultancy and assistance in the field of business management, business organisation and business administration; business consultancy in the field of production management, material administration, order processing, office development, payroll and personnel administration, manufacturing management process management, project management, project costing management, service costing management; providing customer information in relation to the sale of computers, computer peripherals and computer programs;

Klasse 37: Installation, maintenance and upgrading of computer hardware;

Klasse 42: Research, design, development, installation, implementation, maintenance and updating of computer software and of parts and fittings to the aforesaid goods; research, design and development of computer hardware and of parts and fittings to the aforesaid goods; computer programming; professional consultancy within the filed of computer and computer programs; leasing and rental of computers, computer hardware and computer software.

Die Markenstelle für Klasse 35 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschluss vom 30. November 2020 den Widerspruch mangels Verwechslungsgefahr zurückgewiesen. Die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke sei insgesamt als normal zu werten. Da es sich bei dem Bildbestandteil, bestehend aus zwei Quadraten unterschiedlicher Größe, um ein häufig verwendetes, einfachstes Gestaltungselement handele, dem der Verbraucher für sich gesehen keine Kennzeichnungskraft beimesse, beziehe die Marke ihren Schutzzumfang aus der Kombination ihrer besonderen Art der Darstellung, ihrer Farbgestaltung und der Einbettung des Wortbestandteils „MARK“. Für eine erhöhte Kennzeichnungskraft lägen keine Anhaltspunkte vor. Die sich gegenüberstehenden Dienstleistungen seien, soweit beide Marken für Dienstleistungen der Klasse 35 eingetragen seien, zum Teil identisch. Hinsichtlich der weiteren von der jüngeren Marke beanspruchten Dienstleistungen bestehe zu den Waren und Dienstleistungen der Widerspruchsmarke teilweise enge Ähnlichkeit, in weiten Teilen seien sie aber unähnlich. Eine eindeutige Festlegung könne jedoch unterbleiben, weil es bereits an einer relevanten Zeichenähnlichkeit fehle. Weder in klanglicher noch in bildlicher Hinsicht sei von einer Prägung der Widerspruchsmarke durch den Bildbestandteil auszugehen. Der in jeder Hinsicht dominierende Wortbestandteil Sorge für ausreichende Unterschiede zur angegriffenen Marke. Aber selbst wenn man von einer Prägung durch die Grafik ausginge, bestünden hinreichende Unterschiede in der Ausgestaltung der beiden

sich gegenüberstehenden Bildmotive. Auch eine Verwechslungsgefahr aufgrund gedanklicher Verbindung sei ausgeschlossen, weil die Widersprechende nicht nachgewiesen habe, dass sie über eine am Markt präsente Zeichenserie verfüge, in die sich die angegriffene Marke einreihe, und auch nicht die Fallkonstellation der selbständig kennzeichnenden Stellung vorliege, die voraussetze, dass die ältere Marke in ein jüngeres Kombinationszeichen übernommen worden sei.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Ihrer Ansicht nach habe die Markenstelle die Verwechslungsgefahr zu Unrecht verneint. Der Waren- und Dienstleistungsvergleich sei unvollständig und ohne klare Trennung der einzelnen Klassen vorgenommen worden. Zudem sei der Grundsatz nicht beachtet worden, dass von den im Register eingetragenen, nicht aber von den tatsächlich im Verkehr eingesetzten Waren und Dienstleistungen auszugehen sei. Fälschlicherweise seien deshalb „Dienstleistungen der Bau- und Immobilienbranche“ auf Seiten der angegriffenen Marke und „Dienstleistungen eines Software-Unternehmens“ auf Seiten der Widerspruchsmarke zugrunde gelegt worden, obwohl die geschützten Dienstleistungsbegriffe keine derartige inhaltliche Beschränkung aufwiesen. Daher sei von einer weitergehenden Dienstleistungsidentität bzw. -ähnlichkeit auszugehen als im angefochtenen Beschluss angenommen. Die Markenstelle habe verkannt, dass sich nicht zwei verschiedenfarbige Gestaltungen gegenüberstünden, sondern sich auch der Bildbestandteil der Widerspruchsmarke aus einem blauen und roten Quadrat zusammensetze. Gerade diese übereinstimmende Farbgebung der Kollisionsmarken bewirke einen nicht mehr unterscheidbaren Gesamteindruck. Alle weiteren Abweichungen seien dagegen geringfügig und fielen allenfalls bei einem unmittelbaren, nicht aber bei einem auf dem Erinnerungsbild beruhenden Vergleich auf. Dies gelte auch für den Wortbestandteil „MARK“, der angesichts der weißen Schrift und seiner Positionierung am unteren Ende der Darstellung in der Gesamtwahrnehmung zurücktrete. Zudem könne er als typischer Hinweis auf eine „Marke“, also auf einen Schutzrechtshinweis, wie „TM“, „Copyright“ oder „Schutzmarke“, aufgefasst werden und sei daher nicht geeignet, dem Verbraucher

in Erinnerung zu bleiben. Nach der Wechselwirkungstheorie genüge vorliegend angesichts der Dienstleistungsidentität und der aufgrund stetiger und umfangreicher Benutzung mindestens durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke bereits eine geringfügige Markenähnlichkeit, um eine Verwechslungsgefahr annehmen zu können.

Im Verfahren vor dem Deutschen Patent- und Markenamt hat sich die Widersprechende zudem darauf berufen, dass sich die angegriffene Bildmarke in eine von ihr begründete Serie vergleichbar gebildeter Zeichen einfüge, so dass zumindest eine Verwechslungsgefahr gemäß § 9 Abs. 1 Nr. 2, letzter Halbsatz, MarkenG gegeben sei.

Die Widersprechende beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 35 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 30. November 2020 aufzuheben und auf den Widerspruch aus der Marke IR 1 347 861 die Löschung der Eintragung der Marke 30 2019 100 264 anzuordnen.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke hat sich im Beschwerdeverfahren nicht geäußert.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den angefochtenen Beschluss der Markenstelle, die Schriftsätze der Widersprechenden, den rechtlichen Hinweis des Senats vom 10. November 2021 und den übrigen Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die gemäß § 64 Abs. 6 Satz 1 i. V. m. § 66 Abs. 1 Satz 1 MarkenG statthafte und auch im Übrigen zulässige Beschwerde bleibt in der Sache ohne Erfolg. Die Markenstelle hat zutreffend angenommen, dass zwischen den Vergleichsmarken keine Gefahr von Verwechslungen nach § 9 Abs. 1 Nr. 2 i. V. m. § 125b Nr. 1 MarkenG in der bis 30. April 2022 gültigen Fassung i. V. m. Art. 189 Abs. 2 UMV besteht. Die Markenstelle hat den Widerspruch daher zu Recht zurückgewiesen (§ 43 Abs. 2 Satz 2 MarkenG).

1. Das Vorliegen einer Verwechslungsgefahr für das Publikum ist nach ständiger Rechtsprechung sowohl des Europäischen Gerichtshofes als auch des Bundesgerichtshofes unter Berücksichtigung aller relevanten Umstände des Einzelfalls zu beurteilen (vgl. hierzu z. B. EuGH GRUR 2010, 933 Rn. 32 – BARBARA BECKER; GRUR 2010, 1098 Rn. 44 – Calvin Klein/HABM; BGH GRUR 2012, 64 Rn. 9 – Maalox/Melox-GRY; GRUR 2012, 1040 Rn. 25 – pjur/pure; GRUR 2013, 833 Rn. 30 – Culinaria/Villa Culinaria; GRUR 2016, 382 Rn. 19 – BioGourmet; GRUR 2019, 173 – Combit/Commit). Von maßgeblicher Bedeutung sind insoweit insbesondere die Identität oder Ähnlichkeit der relevanten Vergleichsprodukte (Waren und/oder Dienstleistungen), die Identität oder Ähnlichkeit der Marken sowie die Kennzeichnungskraft und der daraus folgende Schutzzumfang der Widerspruchsmarke. Diese einzelnen Faktoren sind zwar für sich gesehen voneinander unabhängig, bestimmen aber in ihrer Wechselwirkung den Rechtsbegriff der Verwechslungsgefahr (vgl. dazu EuGH GRUR 2008, 343 Rn. 48 – Il Ponte Finanziaria Spa/HABM; BGH GRUR 2012, 64 Rn. 9 – Maalox/Melox-GRY; GRUR 2012, 1040 Rn. 25 – pjur/pure; siehe auch Ströbele/ Hacker/Thiering, Markengesetz, 13. Auflage, § 9 Rn. 43 ff. m. w. N.). Darüber hinaus können für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr weitere Faktoren entscheidungserheblich sein, wie u. a. etwa die Art der Waren oder der Dienstleistungen, die im Einzelfall angesprochenen Verkehrskreise und daraus folgend die zu erwartende

Aufmerksamkeit und das zu erwartende Differenzierungsvermögen dieser Verkehrskreise bei der Wahrnehmung der Kennzeichen.

Nach diesen Grundsätzen besteht zwischen den Vergleichszeichen keine Verwechslungsgefahr.

a) Die international registrierte Widerspruchsmarke ist eine in Dänemark basisregistrierte Marke, deren Schutz nach dem Protokoll zum Madrider Markenabkommen auf die EU erstreckt worden ist. Soweit ihre Darstellungen in den Registern der Behörde der Ursprungsanmeldung (Dänemark), der registerführenden Behörde (WIPO) sowie der Behörde des Bestimmungslandes (EUIPO) in Bezug auf die Farbgebung teilweise voneinander abweichen, ist auf die Darstellung im Register der Ausgangsbehörde abzustellen. Denn die internationale Registrierung von Marken nach dem Madrider Markenabkommen bzw. dem Protokoll zum Madrider Markenabkommen dient der vereinfachten Schutzerstreckung einer nationalen Marke auf weitere Verbandsländer, so dass Schutzgegenstand des international registrierten und erstreckten Markenrechts stets die Marke in ihrer ursprünglich hinterlegten Form ist (vgl. BPatG 29 W (pat) 267/89 – Verpackungsbox; 26 W (pat) 161/97 – Feuerzeug; 25 W (pat) 8/09 – Schokoladenstäbchen). Demnach ist der Entscheidung die Darstellung der Widerspruchsmarke zugrunde zu legen, die im Tatbestand wiedergegeben ist.

b) Bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr ist vorliegend auf das Verständnis der Fachkreise aus den Bereichen „Bau- und Immobilienwesen“, „Computerhard- und -software“ und „Unternehmensmanagement“ als auch von fachlich entsprechend interessierten Endkunden abzustellen.

c) Der Senat teilt die Einschätzung der Markenstelle, dass der Widerspruchsmarke durchschnittliche Kennzeichnungskraft zuzubilligen ist. Zwar sind einfache grafische Elemente, wie insbesondere Rechtecke oder Quadrate, die häufig als Hinterlegung bzw. Hintergrundgestaltung rein dekorativ eingesetzt werden, in der Regel nicht unterscheidungskräftig. Vorliegend besteht die Widerspruchsmarke allerdings nicht nur aus zwei diagonal zueinander angeordneten Quadraten verschiedener Größe und Farbe, sondern auch aus dem im größeren Quadrat platzierten, deutlich wahrnehmbaren Schriftzug „MARK“. Entgegen der Auffassung der Widersprechenden ist nicht davon auszugehen, dass letzterer vom angesprochenen Verkehr als bloßer Hinweis auf die Rechtsnatur des Zeichens, nämlich als Hinweis auf seine Registrierung als Marke aufgefasst wird. Dem steht entgegen, dass hierfür in aller Regel die entsprechenden Symbole „®“ oder „™“ verwendet und in deutlich kleinerer Schriftart, von der eigentlichen Kennzeichnung (rechts oben) abgesetzt, angebracht werden. Eine Wiedergabe in ausgeschriebener Form und mittig im Kennzeichen ist dagegen völlig unüblich. Wie sich zudem aus dem Symbol „™“ ergibt, lautet die korrekte englische Übersetzung des deutschen Wortes „Marke“ „trademark“ und nicht „mark“ in Alleinstellung. Um den Wortbestandteil der Widerspruchsmarke als englischen Begriff und als Kurzform der Bezeichnung „trademark“ zu verstehen, bedarf es aus Sicht des Senats mehrerer gedanklicher Zwischenschritte. Hinzu kommt, dass das Wort „Mark“ unabhängig von Groß- und Kleinschreibung aus verschiedenen anderen Zusammenhängen bekannt ist, wie beispielsweise als Bezeichnung von Bindegewebe (Knochenmark, Rückenmark) oder püreeartigen Massen (Fruchtmark, Tomatenmark), als Kurzform für „Markgrafschaft“ (Mark Brandenburg), als Teil der früheren Währungsbezeichnung „Deutsche Mark“ und als historische Maßeinheit, wobei keine der genannten Bedeutungen für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen beschreibend wäre. Nicht zuletzt ist „Mark“ auch ein bekannter Vor- und auch Familienname (vgl. die entsprechenden Einträge unter „www.wikipedia.org“) und als solcher ein klassisches Kennzeichnungsmittel.

Anhaltspunkte für eine gesteigerte Kennzeichnungskraft durch intensive Benutzung sind nicht ersichtlich und wurden auch nicht geltend gemacht.

d) Die Dienstleistungen der angegriffenen Marke und der Widerspruchsmarke sind teilweise identisch, insbesondere im Bereich der beiderseitig beanspruchten Dienstleistungen der Klasse 35, und teilweise in unterschiedlichem Maße ähnlich. Hiervon ist die angefochtene Entscheidung zutreffend ausgegangen. Soweit die Widersprechende darauf hinweist, dass von ihr oberbegrifflich beanspruchte Dienstleistungen einige spezifisch auf die Bau- und Immobilienbranche ausgerichtete Dienstleistungen der angegriffenen Marke umfassten und insofern in größerem Umfang von Identität auszugehen sei als von der Markenstelle angenommen, mag dies zutreffen. Im Einzelnen mögen auch weitere Dienstleistungen zueinander ähnlich sein. Dies kann jedoch letztlich dahingestellt bleiben, da nach Auffassung des Senats selbst im Identitätsbereich eine Verwechslungsgefahr aufgrund der deutlichen Unterschiede der Vergleichsmarken nicht besteht.

e) Die Ähnlichkeit von Kollisionszeichen ist nach deren Ähnlichkeit im (Schrift)Bild, im Klang und im Bedeutungs- oder Sinngesamt zu beurteilen, weil sie auf die von ihnen angesprochenen Verkehrskreise in bildlicher, klanglicher und begrifflicher Hinsicht wirken können. Dabei genügt für die Bejahung der Markenähnlichkeit regelmäßig bereits die Ähnlichkeit in einem der genannten Wahrnehmungsbereiche. Bei der Beurteilung der Markenähnlichkeit ist auf den durch die Marken hervorgerufenen Gesamteindruck abzustellen, wobei insbesondere ihre unterscheidungskräftigen und dominierenden Elemente zu berücksichtigen sind. Abzustellen ist dabei auf die Wahrnehmung der angesprochenen Verkehrskreise, die eine Marke regelmäßig in ihrer Gesamtheit erfassen und nicht auf die verschiedenen Einzelheiten achten (so z. B. BGH GRUR 2016, 283 Rn. 37 – BioGourmet m. w. N.).

In ihrer Gesamtheit unterscheiden sich die Vergleichsmarken hinreichend durch das nur in der Widerspruchsmarke enthaltene Wort „MARK“. Zwar schließt der Grundsatz, dass die sich gegenüberstehenden Zeichen zunächst in ihrer Gesamtheit zu vergleichen sind, nicht aus, dass unter Umständen ein oder mehrere Bestandteile eines zusammengesetzten Zeichens für den durch die Marke im Gedächtnis der angesprochenen Verkehrskreise hervorgerufenen Gesamteindruck prägend sein und insoweit eine rechtlich relevante Verwechslungsgefahr begründen können (vgl. BGH GRUR 2009, 484 Rn. 32 - Metro-bus; GRUR 2012, 64 Rn. 15 - Maalox/Melox-GRY; GRUR 2013, 833 Rn. 45 - Culinaria/Villa Culinaria; GRUR 2019, 1058 Rn. 34 - KNEIPP). Prägenden Charakter hat ein Zeichenelement, wenn die weiteren Bestandteile des mehrgliedrigen Zeichens in den Hintergrund treten und den Gesamteindruck nicht mitbestimmen, wobei auch beschreibende Zeichenbestandteile nicht von vorneherein aus der Betrachtung ausgeschlossen werden dürfen (vgl. EuGH GRUR 2020, 52 Rn. 46 - Hansson [Roslagspunsch/ROSLAGSÖL], BGH GRUR 2020, 870 - INJEKT/INJEX).

Nach diesen Grundsätzen kommt dem Bildbestandteil der Widerspruchsmarke keine seinen Gesamteindruck prägende Wirkung zu. Wie bereits ausgeführt, werden grafische Elemente, wie insbesondere Rechtecke oder Quadrate, häufig als Hinterlegung oder Hintergrundgestaltung rein dekorativ eingesetzt und sind daher äußerst kennzeichnungsschwach. Auch die vorliegende Gestaltung aus zwei verschieden großen Quadraten, die dergestalt zueinander angeordnet sind, dass das kleinere in einer Aussparung des größeren platziert ist, ist vielfach gebräuchlich, wie die von der Inhaberin der angegriffenen Marke mit Schriftsatz vom 27. September 2019 eingereichte Übersicht zeigt. Insofern ist nicht davon auszugehen, dass sich der Verkehr maßgeblich am Bildbestandteil des Zeichens orientieren und den nicht beschreibenden und damit normal kennzeichnungskräftigen sowie größen- und kontrastmäßig deutlich erkennbaren Wortbestandteil „MARK“ vernachlässigen wird. Vielmehr kann diesem eine den Gesamteindruck des Zeichens mitbestimmende Wirkung nicht abgesprochen

werden, was dazu führt, dass er eine ausreichende Unterscheidbarkeit der Kollisionszeichen in bildlicher und begrifflicher Hinsicht und damit in allen relevanten Wahrnehmungsrichtungen bewirkt, in denen sich die widersprechende Wort-/Bildmarke und die angegriffene Bildmarke begegnen können (vgl. BGH GRUR 2006, 60 – coccodrillo).

Daher ist nicht anzunehmen, dass der Verkehr die Kollisionszeichen unmittelbar miteinander verwechseln, also das eine Zeichen irrigerweise für das andere halten wird.

f) Gründe für die Annahme, beide Marken würden unzutreffenderweise den Eindruck desselben betrieblichen Ursprungs vermitteln und damit eine Verwechslungsgefahr durch gedankliche Verbindung gemäß § 9 Abs. 1 Nr. 2, letzter Halbsatz, MarkenG begründen, sind ebenso wenig ersichtlich. Insbesondere ist eine mittelbare Verwechslungsgefahr unter dem Aspekt eines Serienzeichens, die nach gefestigter Rechtsprechung (vgl. EuGH GRUR 2008, 343 Rn. 64 – Il Ponte Finanziaria [Bainbridge]; BGH GRUR 2013, 1239 Rn. 40 – VOLKSWAGEN/Volks.Inspektion) voraussetzt, dass der oder die Widersprechende über eine im Markt präsente Zeichenserie verfügt, schon deshalb nicht gegeben, weil zur tatsächlichen Benutzung der von der Widersprechenden angeführten Marken bislang nicht vorgetragen worden ist.

Eine Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne unter dem Aspekt der selbständig kennzeichnenden Stellung, die nur bei Vorliegen besonderer Umstände angenommen werden kann (vgl. BGH GRUR 2013, 1239 Rn. 45 - Volkswagen/Volks.Inspektion; BGH GRUR 2013, 833 Rn. 69 - Culinaria/Villa Culinaria), scheidet ebenfalls aus. Ein besonderer Umstand in diesem Sinne liegt insbesondere vor, wenn eine ältere Marke in einem zusammengesetzten jüngeren Zeichen identisch oder sehr ähnlich unter Hinzufügung eines Unternehmenskennzeichens oder eines Stammbestandteils eines Serienzeichens

verwendet wird, wodurch beim angesprochenen Verkehr der Eindruck von wirtschaftlichen oder organisatorischen Verbindungen zwischen den Zeicheninhabern entsteht. Diese Voraussetzungen sind vorliegend schon deshalb nicht gegeben, weil es an einer identischen oder hochgradig ähnlichen Übernahme der älteren Marke fehlt. Allein die Übernahme eines Bestandteils, hier des grafischen Elements, reicht dafür nicht aus. Abgesehen davon, handelt es sich, wie ausgeführt, um ein vielfach genutztes Motiv aus geometrischen Grundformen, für das als solches nicht Schutz beansprucht werden kann. Allenfalls für die konkrete Ausgestaltung kann Markenschutz geltend gemacht werden, wobei aber schon geringfügige Abweichungen ausreichen, um aus dem Schutzbereich herauszuführen (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering, a. a. O., § 9 Rn. 321 f.). Vorliegend bestehen aufgrund der eckigeren Kanten der Quadrate der angegriffenen Marke und ihres größeren Abstands zueinander deutliche Abweichungen zwischen den beiderseitigen Grafikelementen. Hinzu kommen die farblichen Unterschiede. Während das größere Quadrat der angegriffenen Marke in einem mittleren Blauton gehalten ist, wirkt das entsprechende Quadrat der maßgeblichen Darstellung der Widerspruchsmarke im Register der Ausgangsbehörde nahezu schwarz. Damit weisen die Zeichen keine über die Verwendung desselben Grundmotivs hinausgehende Annäherungen auf, die möglicherweise - sofern der Wortbestandteil unberücksichtigt bliebe - eine mittelbare Verwechslungsgefahr auch unter dem Gesichtspunkt eines gemeinsamen Sinngehalts begründen könnten (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering, a. a. O., § 9 Rn. 542).

Auch unter Berücksichtigung der (teilweisen) Identität und Ähnlichkeit der sich gegenüberstehenden Dienstleistungen und der durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke hält die angegriffene Marke damit die Anforderungen, die an den Abstand zur prioritätsälteren Marke zu stellen sind, in jeder Hinsicht ausreichend ein.

Die Beschwerde der Widersprechenden war daher zurückzuweisen.

2. Zu einer Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen bietet der Streitfall keinen Anlass (§ 71 Abs. 1 MarkenG).

3. Der Senat konnte ohne mündliche Verhandlung entscheiden, da eine solche von den Beteiligten nicht beantragt worden ist (§ 69 Nr. 1 MarkenG) und auch vom Senat nicht als sachdienlich erachtet wurde (§ 69 Nr. 3 MarkenG).

III.

Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Beschluss ist das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde nur gegeben, wenn gerügt wird, dass

1. das beschließende Gericht nicht vorschriftsmäßig besetzt war,
2. bei dem Beschluss ein Richter mitgewirkt hat, der von der Ausübung des Richteramtes kraft Gesetzes ausgeschlossen oder wegen Besorgnis der Befangenheit mit Erfolg abgelehnt war,
3. einem Beteiligten das rechtliche Gehör versagt war,
4. ein Beteiligter im Verfahren nicht nach Vorschrift des Gesetzes vertreten war, sofern er nicht der Führung des Verfahrens ausdrücklich oder stillschweigend zugestimmt hat,
5. der Beschluss aufgrund einer mündlichen Verhandlung ergangen ist, bei der die Vorschriften über die Öffentlichkeit des Verfahrens verletzt worden sind, oder
6. der Beschluss nicht mit Gründen versehen ist.

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