



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 524/11

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 30 2009 024 970

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 16. April 2013 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, den Richter Kruppa und die Richterin Kopacek

beschlossen:

1. Die Beschwerde der Widersprechenden wird zurückgewiesen.
2. Die Rechtsbeschwerde wird zugelassen.

Gründe

I.

Gegen die am 28. April 2009 angemeldete und am 1. Juli 2009 für die Dienstleistung

„Verpflegung von Gästen“

eingetragene Wortmarke 30 2009 024 970

Frieda B.

hat die Widersprechende aus ihrer am 30. September 2005 angemeldeten Wortmarke 305 58 513

Frida

die nach einer Teillöschung seit dem 13. Februar 2006 für die Waren und Dienstleistungen

- „03: Wasch- und Bleichmittel; Putz-, Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel; Seifen; Parfümeriewaren, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarwässer; Zahnputzmittel;

- 04: technische Öle und Fette; Schmiermittel; Staubabsorbierungs-, Stabbenutzungs- und Staubbindemittel; Brennstoffe (einschließlich Motorentreibstoffe) und Leuchtstoffe; Kerzen und Dochte für Beleuchtungszwecke;

- 05: pharmazeutische und veterinärmedizinische Erzeugnisse; Sanitärprodukte für medizinische Zwecke; diätetische Erzeugnisse für medizinische Zwecke, Babykost; Pflaster, Verbandmaterial; Zahnfüllmittel und Abdruckmassen für zahnärztliche Zwecke; Desinfektionsmittel; Mittel zur Vertilgung von schädlichen Tieren; Fungizide, Herbizide;

- 08: handbetätigte Werkzeuge; handbetätigte Geräte, nämlich Brenneisen, Epiliergeräte (elektrische und nicht elektrische), Frasiergeräte (nicht elektrisch), Geräte für den Apparatebau, für den Fahrzeugbau, für den Maschinenbau, für die Bautechnik, für forstwirtschaftliche Zwecke, für gartenwirtschaftliche Zwecke, für landwirtschaftliche Zwecke, für landwirtschaftliche Geräte, Handgeräte zum Abfüllen, Schergeräte, Schleifgeräte, Schleifgeräte für Messer und Klingen, Sprüheräte; Messerschmiedewaren, Gabeln und Löffel; Rasierapparate;

- 09: wissenschaftliche, Schifffahrts-, Vermessungs-, fotografische, Film-, optische, Wäge-, Mess-, Signal-, Kontroll-, Rettungs- und Unterrichtsapparate und –instrumente; Apparate und Instrumente zum Leiten, Schalten, Umwandeln, Speichern, Regeln und Kontrollieren von Elektrizität; Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild; Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten; Verkaufsautomaten und Mechaniken für geldbetätigte Apparate; Registrierkassen, Rechenmaschinen, Datenverarbeitungsgeräte und Computer; Feuerlöschgeräte;
- 13: Feuerwerkskörper;
- 16: Papier; Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Druckereierzeugnisse; Buchbindeartikel; Fotografien; Schreibwaren; Klebstoffe für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Künstlerbedarfsartikel; Pinsel; Schreibmaschinen und Büroartikel (ausgenommen Möbel); Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit es nicht in anderen Klassen enthalten ist; Drucklettern; Druckstöcke;
- 21: Geräte und Behälter für Haushalt und Küche (nicht aus Edelmetall oder plattiert); Käämme und Schwämme; Bürsten (mit Ausnahme von Pinseln); Bürstenmachermaterial; Putzzeug; Stahlspäne; rohes oder teilweise bearbeitetes Glas (mit Ausnahme von Bauglas); Glaswaren, Porzellan und Steingut, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind;

- 28: Turn- und Sportartikel, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Christbaumschmuck;
- 29: Fleisch, Fisch, Geflügel und Wild; Fleischextrakte; konserviertes, getrocknetes und gekochtes Obst und Gemüse; Gallerten (Gelees); Konfitüren, Kompotte; Eier, Milch und Milchprodukte; Speiseöle und -fette;
- 30: Kaffee, Tee, Kakao, Zucker, Reis, Tapioka, Sago, Kaffeeersatzmittel; Mehle und Getreidepräparate; Brot, feine Backwaren und Konditoreiwaren, Speiseeis; Honig, Melassesirup; Hefe, Backpulver; Salz, Senf; Essig, Soßen (Würzmittel); Gewürze, Kühleis;
- 31: land-, garten- und forstwirtschaftliche Erzeugnisse sowie Samenkörner, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; lebende Tiere; frisches Obst und Gemüse; Sämereien, lebende Pflanzen und natürliche Blumen; Futtermittel, Malz;
- 32: Biere; Mineralwässer und kohlenensäurehaltige Wässer und andere alkoholfreie Getränke; Fruchtgetränke und Fruchtsäfte; Sirupe und andere Präparate für die Zubereitung von Getränken;
- 33: alkoholische Getränke (ausgenommen Biere);
- 34: Tabak; Raucherartikel; Streichhölzer;
- 35: Dienstleistungen eines Einzelhändlers mit Waren der Klassen 1 bis 34; Präsentation der Waren der Klassen 1 bis 34 für den Einzelhandel; Zusammenstellung der Waren der

Klassen 1 bis 34 für Dritte zu Präsentations- und Verkaufszwecken und um dem Verbraucher Ansicht und Erwerb dieser Waren zu erleichtern; Waren- und Dienstleistungspräsentationen; Suchen, Auswählen, Finden, Sortieren und Zusammenstellen der Waren der Klasse 1 bis 34 für Dritte, insbesondere Verbraucher; Erteilung von Auskünften (Information) und Beratung für Dritte, nämlich von Verbrauchern in Bezug auf die Waren der Klassen 1 bis 34 sowie in Produkt-, Handels- und Geschäftsangelegenheiten (Verbraucherberatung); Werbung; Marketing, Bestellannahme, Lieferauftragservice und Rechnungsabwicklung, auch im Rahmen von e-commerce und über das Internet; Vermittlung von Verträgen für Dritte über die Inanspruchnahme von Dienstleistungen eines Einzelhändlers der Waren der Klassen 1 bis 34, auch im Rahmen von e-commerce und über das Internet; Vermittlung von Verträgen für Dritte über den An- und Verkauf von Waren der Klassen 1 bis 34, auch im Rahmen von e-commerce und über das Internet; Vermittlung von Handelsgeschäften für Dritte, auch im Rahmen von e-commerce und über das Internet; Vermittlung von Handels- und Wirtschaftskontakten, auch über das Internet;

39: Transport von Waren der Klassen 1 bis 34;

40: Materialbearbeitung;

43: Dienstleistungen zur Verpflegung von Gästen; Catering“

eingetragen ist, Widerspruch erhoben. Der Widerspruch wird auf alle Waren/-Dienstleistungen der Widerspruchsmarke gestützt.

Die mit einem Beamten des gehobenen Dienstes besetzte Markenstelle für Klasse 43 des Deutschen Patent- und Markenamts hat den Widerspruch mit Beschluss vom 5. Januar 2011 wegen fehlender Verwechslungsgefahr zurückgewiesen.

Dazu ist ausgeführt, ausgehend von Dienstleistungsidentität im Bereich der Klasse 43 und durchschnittlicher Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke unterschieden sich die Marken in ihrer Gesamtheit durch den nur in der angegriffenen Marke vorhandenen Namensbestandteil „B.“ in schriftbildlicher und klanglicher Hinsicht ausreichend voneinander. Das Publikum habe keine Veranlassung, die angegriffene Marke auf das Wort „Frieda“ zu verkürzen.

Auch wenn ein Großteil der Verkehrskreise in der Marke „Frieda B.“ keinen Hinweis auf die skurille Commigfigur „Frieda Bohar“ der 80er Jahre erkennen werde, sei dies nicht als Indiz anzusehen, dass der Buchstabe „B“ und das dahinterstehende Punktzeichen vom Publikum regelmäßig vernachlässigt und die Marke auf „Frieda“ reduziert werde. Vielmehr kenne das Publikum Marken, die aus einem Vornamen und einem weiteren Buchstaben, der als Abkürzung eines Familiennamens angesehen werden könne, bestehen. Die Marke „Boney M.“ sei eine der bekanntesten derart konstruierter Marken. Auch hier habe sich gezeigt, dass der als Abkürzung des Familiennamens geltende Markenbestandteil „M“ regelmäßig bei der Benennung der Marke mitgeführt werde und eine Reduzierung der Marke auf „Boney“ unterblieben sei. Das Publikum werde die Marke „Frieda B.“ auch ohne Probleme hinsichtlich der Phonetik benutzen, da der Markenteil „Frieda“ als Vorname hinreichend bekannt sei und der anschließende Buchstabe „B“ – „be“ gesprochen - fast identisch klinge wie die im deutschen Namensverzeichnis vorzufindenden Familiennamen „Beh“ oder „Bee“.

Eine mittelbare Verwechslungsgefahr sei nicht gegeben. Eine Marken usurpation liege nicht vor, da dem Wort „Frieda“ in der angegriffenen Marke weder ein Unternehmenskennzeichen noch eine bekannte Marke hinzugefügt worden sei. Übli-

cherweise wiesen eine Vielzahl von Namensträgern denselben Vornamen auf, weshalb Nachnamen bzw. deren Abkürzung als (weiteres) Identifizierungsmittel auf individuelle Namensträger erforderlich seien. Eine die Verwechslungsgefahr begründende Assoziation der jüngeren Marke mit der Widerspruchsmarke käme daher nur in Betracht, wenn Anhaltspunkte dafür gegeben wären, dass sich auf den hier interessierenden Waren/Dienstleistungsgebieten der von diesen Verkehrsteilen als Vorname erkannte übereinstimmende Bestandteil allgemein als Hinweis (nur) auf die Widersprechende entwickelt hätte, was insbesondere dann anzunehmen sei, wenn die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke infolge starker Benutzung und ihrer hierdurch gegebenen Stellung auf dem Markt deutlich erhöht wäre. Dies sei jedoch nicht der Fall. Wegen der individualisierenden Funktion der Nachnamen bzw. deren Abkürzung in einer aus Vor- und Nachnamen bestehenden Marke scheidet auch die Annahme aus, dem fast übereinstimmenden Bestandteil „Frieda“ komme in der angegriffenen Marke eine selbständig kennzeichnende Stellung zu.

Der Beschluss der Markenstelle ist der Widersprechenden am 10. Januar 2011 zugestellt worden.

Dagegen hat sie am 10. Februar 2011 Beschwerde eingelegt. Unter Bezugnahme auf ihr Vorbringen im Amtsverfahren vertritt sie weiterhin die Auffassung, die Marken seien schriftbildlich und klanglich verwechselbar. Die jüngere Marke werde von dem Bestandteil „Frieda“ geprägt, da dem Bestandteil „B.“ ersichtlich keine (inhaltliche) Bedeutung zukomme.

Zudem fehle Buchstaben in der Regel die Unterscheidungskraft bzw. bestehe dann ein Freihaltebedürfnis, wenn dieser Buchstabe im Bereich der jeweiligen Waren und Dienstleistungen (auch als Abkürzung) verwendet werde/werden könne. Da die Abkürzung „B.“ im Bereich der geschützten Dienstleistung „Verpflegung von Gästen“ beispielsweise für „Barkeeper“ stehen könne, fehle dem Bestandteil „B.“ die Unterscheidungskraft bzw. bestehe ein entsprechendes Freihaltebe-

dürfnis, so dass der Bestandteil „B.“ auch aus diesem Grund keine mitbestimmende Wirkung entfalten könne.

Das Publikum bringe im Übrigen dem Zeichenanfang regelmäßig mehr Aufmerksamkeit entgegen als dem Zeichenende. Der Buchstabe „B“ oder „B.“ könne in seiner Bedeutung keinesfalls nur auf eine bloße Abkürzung eines Familiennamens beschränkt werden. „B“ stehe nämlich für das Zweite oder der Zweite (z.B. B-Auswahl, B-Promi, Plan B). Das Publikum werde daher davon ausgehen, bei „Frieda B.“ handle es sich um die Zweitmarke der Widerspruchsmarke „Frida“.

Auch wenn eine Prägung der jüngeren Marke durch den Bestandteil „Frieda“ wieder der Erwarten verneint werden sollte, habe dieser Bestandteil eine selbständig kennzeichnende Stellung. Dies führe dazu, dass bei den angesprochenen Verkehrskreisen der Eindruck hervorgerufen werden könne, dass die fraglichen Dienstleistungen zumindest aus wirtschaftlich miteinander verbundenen Unternehmen stammten.

Die Widersprechende beantragt,

den Beschluss der Markenstelle vom 5. Januar 2011 aufzuheben
und die Marke 30 2009 024 970 zu löschen.

Die Markeninhaberin beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie verteidigt den angegriffenen Beschluss. Eine Verwechslungsgefahr scheitere an dem Bestandteil „B.“ der jüngeren Marke, der vom Publikum als Abkürzung eines Nachnamens und nicht als Abkürzung für „Barkeeper“ oder als zweitrangig verstanden werde.

II.

1.

Da die Beteiligten keine mündliche Verhandlung beantragt haben und diese nach Wertung des Senats auch nicht geboten ist, kann ohne mündliche Verhandlung entschieden werden. Das Bundespatentgericht entscheidet über Beschwerden in Markensachen grundsätzlich im schriftlichen Verfahren (§ 69 MarkenG) und ohne zeitliche Bindung. Das Gebot des rechtlichen Gehörs gebietet es lediglich, den Verfahrensbeteiligten die Möglichkeit zu geben, Stellungnahmen zum Sachverhalt abzugeben und ihre eigene Auffassung zu den entsprechenden Rechtsfragen darzulegen sowie Anträge zu stellen. Nachdem die Beschwerde vom Februar 2011 datiert, bestand hierzu hinreichend Gelegenheit.

2.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg, weil eine Gefahr von Verwechslungen im Sinn vom § 42 Abs. 2 Nr. 1, § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG nicht besteht.

Die Eintragung einer Marke ist auf den Widerspruch aus einer prioritätsälteren Marke nach § 42 Abs. 2 Nr. 1, § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG zu löschen, wenn unter Beachtung aller Umstände des Einzelfalles zwischen beiden Zeichen wegen Zeichenidentität oder -ähnlichkeit und Dienstleistungs- bzw. Warenidentität oder -ähnlichkeit unter Berücksichtigung der Kennzeichnungskraft der älteren Marke die Gefahr von Verwechslungen einschließlich der Gefahr, dass die Marken miteinander gedanklich in Verbindung gebracht werden, besteht.

Dabei ist von einer Wechselwirkung zwischen der Identität oder 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 Kennzeich-

nungskraft der älteren Marke ausgeglichen werden kann und umgekehrt (st. Rspr.; vgl. BGH GRUR 2010, 235 – Aida/Aidu; GRUR 2010, 883 – Malteserkreuz II; EuGH GRUR 2005, 1042 – Thomson Life).

Der Schutz der älteren Marke ist dabei auf die Fälle zu beschränken, in denen die Benutzung eines identischen oder ähnlichen Zeichens durch einen Dritten die Funktionen der älteren Marke, insbesondere ihre Hauptfunktion zur Gewährleistung der Herkunft der Waren oder Dienstleistungen gegenüber den Verbrauchern, beeinträchtigt oder beeinträchtigen könnte (vgl. EuGH GRUR 2007, 318 – Adam Opel/Autec).

Bei dieser umfassenden Beurteilung der Verwechslungsgefahr ist auf den durch die Zeichen hervorgerufenen Gesamteindruck abzustellen, wobei insbesondere die unterscheidungskräftigen und dominierenden Elemente zu berücksichtigen sind (vgl. EuGH GRUR 2008, 343 – Bainbridge; GRUR 2005, 1042 – Thomson Life; BGH GRUR 2009, 1055 – airdsl). Der Gesamteindruck ist deshalb maßgeblich, weil der Durchschnittsverbraucher eine Marke regelmäßig als Ganzes wahrnimmt und nicht auf die verschiedenen Einzelteile achtet (vgl. EuGH GRUR 2007, 700 - Limoncello; BGHZ 169, 295 – Goldhase).

3.

Nach diesen Grundsätzen hat die Markenstelle zutreffend die Gefahr von Verwechslungen zwischen den Vergleichsmarken verneint.

a)

Mangels entgegenstehender Anhaltspunkte ist von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke auszugehen.

b)

Die angegriffene Dienstleistung „Verpflegung von Gästen“ ist im Waren-/Dienstleistungsverzeichnis der Widerspruchsmarke identisch enthalten. Inwieweit die

übrigen zugunsten der Widerspruchsmarke eingetragenen Waren und Dienstleistungen mit der Dienstleistung der angegriffenen Marke ähnlich sind, kann dahingestellt bleiben, da das angegriffene Zeichen auch den bei Dienstleistungsidentität einzuhaltenden deutlichen Abstand zur Widerspruchsmarke wahrt.

c)

Den danach erforderlichen deutlichen Abstand hält die jüngere Marke aufgrund des nachgestellten Bestandteils „B.“ in schriftbildlicher, klanglicher und begrifflicher Hinsicht ein. Entgegen der Auffassung der Widersprechenden wird die jüngere Marke nicht von dem Bestandteil „Frieda“ geprägt.

Das Publikum wird die jüngere Marke in ihrer Gesamtheit als Kombination aus dem weiblichen Vornamen „Frieda“ und der Abkürzung des mit dem Buchstaben „B“ beginnenden Nachnamens verstehen. Der Verbraucher begegnet in den Massenmedien täglich teilanonymisierten Nachnamen. Er hat bei der Benennung der jüngeren Marke keine Veranlassung, diesen Bestandteil wegzulassen.

In Bezug auf die hier für die Prüfung der Verwechslungsgefahr vorrangig maßgebliche Dienstleistung „Verpflegung von Gästen“ ist ein beschreibender Sinngehalt des Bestandteils „B.“ für den Senat nicht ersichtlich, weshalb dieser Bestandteil weder kennzeichnungsschwach ist noch hinter den weiteren Bestandteil „Frieda“ zurücktritt und demnach für den Gesamteindruck der jüngeren Marke von Bedeutung ist. Dass das Publikum „B.“, wie die Widersprechende meint, als Abkürzung für „Barkeeper“ oder als Hinweis auf etwas Zweitrangiges ansieht, hält der Senat für abwegig, wobei der letztgenannte Bedeutungsgehalt bereits an dem Punkt hinter dem Buchstaben „B“ scheitert.

Frieda ist vorliegend entgegen der Auffassung der Widersprechenden auch nicht als Vorname neben dem als Abkürzung eines Nachnamens verstandenen Bestandteils „B.“ selbständig kollisionsbegründend. Dagegen spricht, dass es sich

bei „Frieda“ nicht um eine auf dem hier relevanten Dienstleistungssektor bekannte Marke handelt.

Sofern eine Verwechslungsgefahr auch dann anzunehmen sein kann, wenn die jüngere Marke neben anderen Bestandteilen einen mit der Widerspruchsmarke identischen Bestandteil enthält und dieser in dem zusammengesetzten Zeichen, ohne den Gesamteindruck zu prägen, eine selbständig kennzeichnende Stellung hat (EuGH GRUR 2005, 1042, Nrn. 32 ff. – Thomson Life; BGH GRUR 2006, 859, Nr. 21 – Malteserkreuz), bedeutet dies nicht, dass jede (insbesondere identische) Übernahme einer älteren Marke in ein jüngeres Kombinationszeichen zwangsläufig zur Annahme einer Verwechslungsgefahr führt. Es bedarf vielmehr besonderer Anhaltspunkte dafür, dass der betreffende Bestandteil in dem jüngeren Zeichen eine selbständig kennzeichnende Stellung einnimmt (Hacker, MarkenR, 2. Aufl., Rn. 469, 470). Dies kann etwa der Fall sein, wenn der älteren Marke in der jüngeren lediglich ein Handelsname oder eine bekannte Marke hinzugefügt wird. Ein solcher Fall liegt hier nicht vor.

Sonstige Anhaltspunkte, die den mit der Widerspruchsmarke nahezu übereinstimmenden Bestandteil „Frieda“ in der angegriffenen Marke als selbständig kennzeichnend erscheinen lassen, liegen nicht vor. Vielmehr wird der Gesamteindruck der angegriffenen Marke durch die Zusammenstellung des Vornamens „Frieda“ und des teilanonymisierten Nachnamens „B.“ bestimmt.

d)

Es besteht auch nicht die Gefahr, dass die Verbraucher die Vergleichsmarken im Sinne von § 9 Abs. 1 Nr. 2, 2. Halbs. MarkenG gedanklich miteinander in Verbindung bringen. Dies wäre der Fall, wenn der Verbraucher, der die Unterschiede der Marken wahrnimmt und sie deshalb nicht unmittelbar verwechselt, aufgrund von Gemeinsamkeiten in der Markenbildung oder in prägenden Einzelteilen Anlass hätte, dass jüngere Zeichen (irrtümlich) der Inhaberin der älteren Marke zuzuordnen oder aufgrund dieser Umstände auf sonstige wirtschaftliche oder organisatori-

sche Verbindungen zwischen den Markeninhabern, vor allem im Sinne einer gemeinsamen Produktverantwortung, zu schließen. Ausschließlich assoziative Gedankenverbindungen, die zwar behindernde, rufausbeutende oder verwässernde Wirkung haben, nicht jedoch zu eigentlichen Herkunftsverwechslungen führen, erfasst § 9 Abs. 1 Nr. 2 Alternative 2 MarkenG nicht (EuGH GRUR 1998, 387, Nr. 18 – Sabél/Puma; BGH GRUR 2002, 544 – Bank 24).

Eine derartige Verwechslungsgefahr wird regelmäßig nur dann bejaht, wenn die Widersprechende bereits mit einer Serie von Marken aufgetreten ist, die das in den Vergleichsmarken übereinstimmende Element als Stammbestandteil enthalten und das Publikum trotz abweichender Bestandteile das jüngere Zeichen mit der Widerspruchsmarke als ein davon abgeleitetes Serienzeichen in Verbindung bringt (vgl. z.B. BGH GRUR 1996, 200 - Innovadiclophlont; GRUR 2000, 886 – Bayer/BeiChem).

Dies ist hier nicht der Fall. Der zusätzliche Bestandteil „B.“ des angegriffenen Zeichens fügt sich nicht in eine serienmäßige Bezeichnungspraxis der Widersprechenden ein.

Insgesamt besteht zwischen den Vergleichsmarken somit kein solcher Ähnlichkeitsgrad, dass selbst bei Identität der Dienstleistungen und durchschnittlicher Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke sowie Berücksichtigung allgemeiner Verkehrskreise eine Verwechslungsgefahr gegeben wäre.

4.

Zu einer Kostenauflegung aus Billigkeit besteht kein Anlass (§ 71 Abs. 1 MarkenG).

5.

Die Rechtsbeschwerde wird gemäß § 83 Abs. 2 MarkenG zugelassen, weil der Fall die bisher nicht entschiedene Frage aufwirft, inwieweit bei einem aus einem

Vornamen und dem Anfangsbuchstaben des Nachnamens gebildeten jüngeren Zeichen der mit der Widerspruchsmarke weitgehend übereinstimmende Vorname eine selbständig kennzeichnende und damit kollisionsbegründende Stellung besitzt. Die Zulassung der Rechtsbeschwerde folgt außerdem auch zur Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung, da diese Entscheidung von der Entscheidung eines anderen Senats des Bundespatentgericht in dem Verfahren 33 W (pat) 558/11 abweicht, in der der 33. Senat eine Verwechslungsgefahr zwischen den Marken „Gustav M.“ und „Gustav“ bejaht hat.

Dr. Albrecht

Kruppa

Kopacek

Hu