

BUNDESPATENTGERICHT

Leitsatz

Aktenzeichen: 27 W (pat) 554/13

Entscheidungsdatum: 28. Februar 2014

Rechtsbeschwerde zugelassen: ja

Normen: § 9 MarkenG

DSA / BSA

Eine für sich kennzeichnungskräftige Buchstabenkette behält auch neben der diese als Abkürzung (Akronym) erläuternden Wortfolge im Widerspruchsverfahren seine prägende Stellung.



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 554/13

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke Nr. 30 2011 047 087

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 28. Februar 2014 durch Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, Richter Hermann und Richter k.A. Schmid

beschlossen:

1. Der Beschluss der Markenstelle für Klasse 41 vom 30. Juli 2013 wird aufgehoben, soweit der Widerspruch aus der Marke Nr. 30 2008 041 940 bezogen auf die für die angegriffene Marke registrierten Waren und Dienstleistungen

Kl. 16:

Briefpapier; Holzpappe [Papier- und Schreibwaren]; Hüllen [Papier- und Schreibwaren], Papier- und Schreibwaren; Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Plakate aus Papier und Pappe; Schülerbedarf [Papier- und Schreibwaren]; Verpackungspapier; Schachteln aus Pappe oder aus Papier

Kl. 35:

Marketing, Werbung, Organisation von Ausstellungen für wirtschaftliche und Werbezwecke

Kl. 38:

Telekommunikation mittels Plattformen und Portalen im Internet; Bereitstellung des Zugriffs auf Informationen im Internet; Bereitstellung von Internet-Chatrooms;

elektronischer Austausch von Nachrichten mittels Chatlines, Chatrooms und Internetforen

Kl. 41:

Aus- und Fortbildungs- sowie Erziehungsberatung; Fernunterricht; Personalentwicklung durch Aus- und Fortbildung; Coaching; Veranstaltung und Durchführung von Seminaren; Training; Veranstaltung von Ausstellungen für Unterrichtszwecke; Durchführung von Live-Veranstaltungen; Demonstrationsunterricht in praktischen Übungen; pädagogische Beratung

zurückgewiesen worden ist.

2. Im Umfang der in Ziffer 1. angegebenen Dienstleistungen wird die Marke Nr. 30 2011 047 087 gelöscht.
3. Im Übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.
4. Die Rechtsbeschwerde wird zugelassen.

Gründe

I.

Gegen die am 25. November 2011 eingetragene Wort-/Bildmarke
Nr. 30 2011 047 087



ist in vollem Umfang aus der eingetragenen Wortmarke Nr. 30 2008 041 940

BSA

die für die Waren und Dienstleistungen

Kl. 9:

Magnetische, optische und digitale Aufzeichnungsträger wie Disketten, Magnetbänder, optische Platten, CD-ROMs, CD-I und DVD; Taschenrechner; Computermäuse

Kl. 16:

Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien (soweit in Klasse 16 enthalten); Druckereierzeugnisse, Bücher, Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate), Druckschriften; Schreibwaren; Schreibgeräte, Bleistifte, Farbstifte, Radiergummis, Bleistiftspitzer, Kugelschreiber, Lineale, Schreibzeugkocher,

Schreibmappen, Schreibhefte, Schreibetuis, Schreibunterlagen;
Papiertaschentücher, Wimpel, Fahnen aus Papier

Kl. 35:

Veranstaltung von Messen

Kl. 38:

Online-Dienstleistungen, nämlich Übermittlung von Inhalten aus Büchern, Druckereierzeugnissen und Druckschriften auf Abruf; Online-Dienste, nämlich Übermittlung von Nachrichten, Informationen, Texten, Zeichnungen und Bildern; Informationsdienste über Internet, nämlich Übermittlung von Nachrichten, Berichten, Daten, Bildern und Dokumenten, Bereitstellen von Internetzugängen, Übertragung von Bildschirmpräsentationen mittels Computer und Fernsehen; Ausstrahlung von Fernsehbeiträgen, sowohl analog als auch digital; Ausstrahlung von Fernseh-, Kabel- und Rundfunksendungen, insbesondere Hörspiele

Kl. 41:

Erziehung, Ausbildung, Fortbildung, Unterricht, Fahrunterricht, Verkehrsunterricht, Seminare, Verkehrserziehung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten; Veranstaltung von Wettbewerben (Erziehung und Unterhaltung), auch sportlicher Art; Veranstaltung von Ausstellungen für kulturelle und Unterrichtszwecke; Film-, Ton-, Video-Film- und Fernsehproduktion; Musikdarbietungen, Veröffentlichung und Herausgabe von Druckereierzeugnissen (ausgenommen zu Werbewecken), Büchern, Zeitungen und Zeitschriften

Schutz genießt, Widerspruch erhoben worden. Die angegriffene Marke ist registriert für

Kl. 16:

Briefpapier; Holzpappe [Papier- und Schreibwaren]; Hüllen [Papier- und Schreibwaren], Papier- und Schreibwaren; Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Plakate aus Papier und Pappe; Schülerbedarf [Papier- und Schreibwaren]; Verpackungspapier; Schachteln aus Pappe oder aus Papier

Kl. 35:

Marketing, Werbung, Geschäftsführung; Geschäftsführung von Hotels im Auftrag Dritter; Organisation von Ausstellungen für wirtschaftliche und Werbezwecke; Beratung bei der Organisation und Führung von Unternehmen; Beratung in Fragen der Geschäftsführung; betriebswirtschaftliche Beratung; Organisationsberatung in Geschäftsangelegenheiten; Personalmanagementberatung; Unternehmensberatung; Online-Werbung in einem Computernetzwerk; organisatorische Beratung, Präsentation von Firmen im Internet und anderen Medien; Sponsoring in Form von Werbung; Vermietung von Werbeflächen im Internet

Kl. 38:

Telekommunikation mittels Plattformen und Portalen im Internet; Bereitstellung des Zugriffs auf Informationen im Internet; Bereitstellung von Internet-Chatrooms; elektronischer Austausch von Nachrichten mittels Chatlines, Chatrooms und Internetforen

Kl. 41:

Aus- und Fortbildungs- sowie Erziehungsberatung; Fernunterricht; Personalentwicklung durch Aus- und Fortbildung; Coaching; Veranstaltung und Durchführung von Seminaren; Training; Veranstaltung von Ausstellungen für Unterrichtszwecke; Durchführung von Live-Veranstaltungen; Demonstrationsunterricht in praktischen Übungen; pädagogische Beratung.

Die Markenstelle für Klasse 41 des DPMA, besetzt in Person einer Beamtin des gehobenen Dienstes, hat den Widerspruch durch Beschluss vom 30. Juli 2013 zurückgewiesen.

In den Beschlussgründen hat die Markenstelle ausgeführt, dass angesichts des deutlichen Abstands der Marken Verwechslungen zwischen der angegriffenen und der durchschnittlich kennzeichnungskräftigen Widerspruchsmarke ungeachtet identischer Waren und Dienstleistungen nicht zu besorgen seien.

Die angegriffene Marke als Ganzes unterscheide sich durch die Komponente „DEUTSCHE SPORTMANAGEMENTAKADEMIE“ hinreichend von der Widerspruchsmarke. Die Buchstabenfolge „DSA“ präge unter Berücksichtigung der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs (Beschl. vom 13.12.2007, I ZB 39/05, GRUR 2008, 719 – iwd Informationsdienst Wissenschaft) den Gesamteindruck der angegriffenen Marke nicht, da der unverkürzte Wortbestandteil aufgrund seines die Abkürzung erläuternden Charakters insofern nicht in den Hintergrund trete. Auch seien keine Anhaltspunkte für das Bestehen mittelbarer Verwechslungsgefahr gegeben.

In seiner gegen den Beschluss der Markenstelle gerichteten Beschwerde wendet der Widersprechende ein, der Bestandteil „DEUTSCHE SPORTMANAGEMENTAKADEMIE“ sei für sich betrachtet nicht schutzfähig und trete im Gesamteindruck hinter dem kennzeichnungskräftigen Element „DSA“ zurück. Insofern sei eine Dif-

ferenzierung gegenüber der Ausgangslage der Entscheidung BGH, a.a.O. – *idw Informationsdienst Wissenschaft* geboten, da der Begriff „Informationsdienst Wissenschaft“ lediglich über beschreibenden Anklang verfüge und daher nicht ohne Weiteres im Gesamteindruck zurücktrete. Ferner sei der Bestandteil „DSA“ der angegriffenen Marke durch Verwendung von Großbuchstaben durch die Schriftgröße grafisch herausgestellt. Im Übrigen benutze die Markeninhaberin die Buchstabenfolge „DSA“ im Geschäftsverkehr auch in Alleinstellung.

Der Widersprechende beantragt sinngemäß,

den angefochtenen Beschluss der Markenstelle aufzuheben und die angegriffene Marke zu löschen.

Die Markeninhaberin beantragt sinngemäß,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Nach Auffassung der Markeninhaberin besteht auch deswegen keine Verwechslungsgefahr zwischen den Zeichen, weil das Publikum den Bestandteil „DSA“ und die Marke „BSA“ sicher unterscheiden könne. Auch die durch das angegriffene Zeichen erläuterte Bedeutung der bloßen Buchstabenfolge unterstütze die Wahrnehmung des bestehenden Unterschieds.

II.

Nachdem die Beteiligten davon abgesehen haben, eine mündliche Verhandlung zu beantragen, und auch der Senat eine solche nicht für erforderlich erachtet, kann über die Beschwerde im schriftlichen Verfahren entschieden werden (§ 69 MarkenG).

Die zulässige Beschwerde hat teilweise Erfolg. Im Umfang gemäß Tenor Ziffer 1. besteht zwischen den streitbefangenen Marken Verwechslungsgefahr nach § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG i.V.m. § 42 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Dem Begriff der Verwechslungsgefahr liegt eine Wechselwirkung zwischen allen im Einzelfall erheblichen Faktoren zugrunde, insbesondere dem Grad der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke sowie dem Grad der Ähnlichkeit zwischen den Streitmarken und zwischen den damit gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen (vgl. EuGH GRUR 1998, 387, 389 – Sabèl/Puma; BGH GRUR 2006, 859, 860 – Malteserkreuz).

1. Die Widerspruchsmarke verfügt mangels Anhaltspunkten für einen sachbezogenen oder sonst konkret kennzeichnungsschwächenden Bedeutungsgehalt über durchschnittliche originäre Kennzeichnungskraft und dadurch über durchschnittlichen Schutzzumfang (vgl. BGH GRUR 2000, 1028, 1029 – Ballermann). Die im Bereich des Bildungswesens feststellbare Gewöhnung des Publikums an nicht als Wort aussprechbare Unternehmensabkürzungen, die auf weithin übliche (vgl. LG Düsseldorf NJW-RR 1999, 629 Rn. 25) und durch verstärkte Markenpflege im Bildungsbereich auch branchenbezogene Bezeichnungsgepflogenheiten zurückgeht, schwächt die Eignung des Zeichens, als Herkunftshinweis verstanden zu werden, nicht (vgl. BGH GRUR 2002, 1067 Rn. 23 – DKV/OKV).

2. Da Benutzungsfragen nicht aufgeworfen sind (§§ 43, 26 MarkenG), ist für die Bestimmung der Ähnlichkeit der Waren und Dienstleistungen auch bezogen auf die Widerspruchsmarke die Registerlage maßgebend.

Zwischen den für die Vergleichsmarken eingetragenen Waren der Klasse 16 besteht angesichts überwiegend deckungsgleicher Begriffe in vollem Umfang der Eintragung der jüngeren Marke zumindest hochgradige Ähnlichkeit.

Im Bereich der Registrierung der angegriffenen Marke für Klasse Kl. 35 überschneidet sich die Eintragung der älteren Marke für „Veranstaltung von Messen“ jedenfalls teilweise mit den für die angegriffene Marke registrierten Dienstleistungen „Organisation von Ausstellungen für wirtschaftliche und Werbezwecke, Werbung, Marketing“. Hinsichtlich der weiteren Dienstleistungen der jüngeren Marke dieser Klasse ist allenfalls unterdurchschnittliche Ähnlichkeit anzusetzen.

Im Bereich der Klassen 38 und 41 sind die Dienstleistungen, für die die jüngere Marke Schutz genießt, in identischer oder ausgeprägt ähnlicher Form auch für die Widerspruchsmarke registriert.

Der Schutz der Widerspruchsmarke in Klasse 38 umfasst entsprechend der Kernausrichtung dieser Klasse auf die Vorhaltung technischer Infrastruktur zu Kommunikationszwecken nämlich jedenfalls teilweise die technische Bereitstellung von Zugangsvoraussetzungen zum Internet und die technische Vorhaltung und Übermittlung von Inhalten (vgl. insbesondere „Bereitstellen von Internetzugängen und Online-Dienste, nämlich Übermittlung von Informationen“). Sie weist damit jedenfalls klare Berührungspunkte zu den Dienstleistungen der jüngeren Marke auf, die verwandte Angebote umfassen.

Im Bereich der Registrierung der angegriffenen Marke für Klasse 41 besteht im Hinblick auf die im Verzeichnis der älteren Marke enthaltenen Oberbegriffe „Erziehung; Ausbildung“ starke Annäherung der Dienstleistungen beider Marken. Ausbildungsleistungen können individuell auf Nutzerbedürfnisse zugeschnitten sein und unterscheiden sich daher auch nicht grundsätzlich von den für die angegriffene Marke eingetragenen Beratungsleistungen.

3. Zwischen den Vergleichszeichen besteht gehobene klangliche Ähnlichkeit. Unter Abwägung der relevanten Faktoren besteht daher Verwechslungsgefahr nach § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG ausgenommen für nur entfernt ähnliche Dienstleistungen der Klasse 35.

a) Gegenstand des Zeichenvergleichs ist die angegriffene Marke in der konkret eingetragenen Form (vgl. BGH GRUR 2000, 506 Rn. 59 – ATTACHE/TISSE-RAND). Nach diesem Zeicheninhalt bemisst sich der durch die Eintragung in das Register begründete Schutz, s. § 4 Nr. 1 MarkenG und § 26 Abs. 3 MarkenG. Nur die Löschung dieses Zeichens ist Gegenstand des Widerspruchsverfahrens, s. § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG (s. BGH GRUR 2005, 326, 327 – il Padrone/Il Portone). Die vorgetragene Benutzung allein der Buchstabensequenz „DSA“ auf der Homepage der Markeninhaberin, die ggf. eine selbständige Verletzung des Markenrechts des Widersprechenden darstellt, muss im Widerspruchsverfahren daher außer Betracht bleiben.

b) In Zusammenhang der Bewertung der Zeichenähnlichkeit sind die einander gegenüberstehenden Kennzeichen jeweils als Ganzes zu betrachten und in ihrem Gesamteindruck miteinander zu vergleichen. Denn es entspricht der allgemeinen Lebenserfahrung, dass eine Marke von den Verkehrskreisen in der Erscheinungsform wahrgenommen wird, in der sie ihnen entgegentritt, ohne dass eine analysierende Betrachtung einzelner Komponenten Platz greift (s. BGH GRUR 2000, 233, 235 – RAUSCH/ELFI RAUCH).

Als Ganzes unterscheiden die Zeichen sich durch den Bestandteil „DEUTSCHE SPORTMANAGEMENTAKADEMIE“ der angegriffenen Marke in jeder Hinsicht ausreichend.

c) Allerdings können Zeichenbestandteile unterschiedlichen Einfluss auf die Wahrnehmung einer komplexen Marke ausüben. So kann einem Bestandteil im Einzelfall eine besondere, den Gesamteindruck des gesamten Zeichens prägende Kennzeichnungskraft zukommen (vgl. EuGH GRUR 2005, 1042 Rn. 28 f. – THOMSON LIFE; BGH GRUR 2006, 60 Rn. 19 – coccodrillo). Die Gefahr einer

Verwechslung der beiden Gesamtbezeichnungen beruht in diesem Fall auf der Übereinstimmung der Zeichen in ihren sie jeweils prägenden Bestandteilen.

Ein Bestandteil prägt den Gesamteindruck, wenn die übrigen Elemente in der Wahrnehmung oder der Erinnerung der Durchschnittsverbraucher betreffender Waren und Dienstleistungen für den Gesamteindruck weitgehend in den Hintergrund treten und deshalb den Gesamteindruck der Marke nicht mitbestimmen (vgl. BGH GRUR 2008, 258 Rn. 25 – INTERCONNECT/T-InterConnect; GRUR 2008, 903 Rn. 18 – Sierra Antiquo).

Der Gesamteindruck, den das Publikum in Ansehung einer Marke im Erinnerungsbild behält, richtet sich nach allen Umständen des konkreten Einzelfalls (s. BGH GRUR 2002, 342, 343 – ASTRA/ESTRA-PUREN).

aa) Die unverkürzte Komponente „Deutsche Sportmanagementakademie“ erschöpft sich in Bezug auf die eingetragenen Dienstleistungen der Klasse 38 und 41 in einem dienstleistungsbeschreibenden und nicht unterscheidungskräftigen Hinweis auf eine deutsche akademische Einrichtung mit Bildungsangeboten in der Fachrichtung Sportmanagement (vgl. BGH GRUR 2012, 276 – Institut der norddeutschen Wirtschaft e.V.; BPatG, Beschlüsse v. 19.03.1999, 33 W (pat) 263/97 – Deutsche Junioren-Akademie, und 33 W (pat) 61/98 – Deutsche Mittelstands-Akademie; ferner vom 22.02.2005, 33 W (pat) 172/02 – Deutsche Unternehmer Akademie). Der den Ausbildungsinhalt anzeigende Ausdruck „Sportmanagement“ ist ein etablierter Fachbegriff, der in diesem Sinn zur Bezeichnung des Gegenstands eines Studien- oder Ausbildungsgangs verwendet wird (vgl. z.B. www.sport-management-studieren.de). Diese Bewertung gilt auch hinsichtlich der für die an-gegriffene Marke registrierten Dienstleistungen der Klasse 38, die zum Leistungs-umfang des Angebots einer Fernuniversität rechnen können.

Die Buchstabensequenz „DSA“ ist demgegenüber – jedenfalls für sich betrachtet – uneingeschränkt geeignet, als Herkunftshinweis verstanden zu werden, da sie abgesehen von der konkreten Verwendung innerhalb des Gesamtzeichens nicht mit einem bestimmten Bedeutungsgehalt belegt ist.

Neben einem originär kennzeichnungsgerechten Bestandteil kommt einem schutzunfähigen Bestandteil – hier also „DEUTSCHE SPORTMANAGEMENT-AKADEMIE“ – im Allgemeinen keine für den Gesamteindruck beachtliche Bedeutung zu (vgl. BGH GRUR 1998, 925, 926 – Bisotherm-Stein).

bb) Eine andere Bewertung der Kennzeichnungskraft des Bestandteils „DSA“ als Begriff kann sich unter dem Eindruck der Vorabentscheidung EuGH v. 15. März 2012, C-90/11, C-91/11, GRUR 2012, 616 – *Strigl u.a.* ergeben. Danach nehme eine für sich kennzeichnungskräftige Buchstabenkette durch die Kombination mit der ihr zugrunde liegenden vollständigen Wortfolge beschreibenden Charakter an. Eine in dieser Weise gebildete Marke sei deswegen als Ganzes schutzunfähig im Sinn von Art. 3 Abs. 1 Buchst. b und c der Markenrechtsrichtlinie.

Im Ergebnis führt diese Rechtsprechung hier jedoch nicht von Verwechslungsgefahr weg. Die Markeninhaberin würde sich nämlich dem Vorwurf widersprüchlichen Verhaltens aussetzen, wenn sie sich nunmehr auf die markenrechtliche Schutzunfähigkeit des Akronymes beziehen würde, das auf der Grundlage der früheren Sichtweise zum Eintragungszeitpunkt als schutzfähig erachtet worden ist und damit den Schutz des Gesamtzeichens getragen hat.

Selbst wenn der Bestandteil „DSA“ seinem Bedeutungsinhalt nach als nicht schutzfähig zu bewerten wäre, wäre ihm gleichwohl in der konkreten Ausführung die Eignung zur Prägung des Gesamteindrucks nicht abzuspochen, weil dieses Element jedenfalls durch seine Exponierung, seine Größe und Schriftgestaltung dem Publikum als das dominierende Element nahegebracht wird (vgl. BPatG

GRUR 2010, 441 – pn printnet / PRINECT). Eine ggf. bestehende inhaltliche Akzessorietät im Sinn der genannten Rechtsprechung des EuGH (GRUR 2012, 616 Rn. 38 – Strigl u.a) wird hier durch die grafische Gewichtung der Elemente aufgehoben.

cc) Die hier aufgrund des Kennzeichnungsgehalts der Einzelelemente oder jedenfalls aufgrund der grafischen Ausführung nahe liegende Wahrnehmung des Kürzels "DSA" als prägendes Element kann im Einzelfall durch den zwischen den Einzelkomponenten bestehenden inneren Zusammenhang überlagert sein. Denn die Buchstabenkette "DSA" und der weitere Bestandteil „DEUTSCHE SPORTMANAGEMENTAKADEMIE“, der erst das Verständnis des Begriffsinhalts der Abkürzung zulässt und dadurch über die Geschäftstätigkeit des Unternehmens Auskunft gibt, sind inhaltlich aufeinander bezogen (vgl. BGH GRUR 1982, 420, 423 – BBC/DDC; GRUR 2008, 719 Rn. 37 – idw Informationsdienst Wissenschaft; Urteil vom 2. April 2009– I ZR 79/06, juris – EP EUROPOST/DP). Deswegen wird das angesprochene Publikum im Bereich des Bildungssektors, in dem häufig Abkürzungen von Einrichtungsbezeichnungen verwendet werden und der Sinngehalt einer Abkürzung den Inhalt und den Wert einer Dienstleistung berühren kann, eine in dieser Weise verschränkte Zeichenbildung regelmäßig vollständig in Erinnerung behalten.

Dennoch sind unter den konkreten Ausgangsvoraussetzungen überwiegende Anhaltspunkte dafür gegeben, dass das Publikum im Rahmen mündlicher Wiedergabe der angegriffenen Marke von einer vollständigen Benennung der Wortelemente absieht und im Kontext des klanglichen Gesamteindrucks die vereinfachende Benennungsform "DSA" nutzt. Grundlage dafür ist der – nicht schlechthin bindende, sondern vorliegend als Ausdruck der konkreten Verkehrsauffassung gültige – Erfahrungssatz, dass das Publikum dazu neigt, Bezeichnungen in einer die Merkbarkeit und Aussprechbarkeit erleichtenden Weise zu verkürzen. Dieser einzelfallbezogene Ansatz entspricht auch der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs

(vgl. BGH GRUR 2008, 719 Rn. 37 – idw Informationsdienst Wissenschaft; GRUR 2002, 626 Rn. 38 – IMS; GRUR 2002, 1067 Rn. 28 – DKV/OKV).

Die Funktion einer derartigen Abkürzung besteht gerade darin, eine verkehrsfähige Benennungsform vorzusehen. Ihre Verwendung verändert anders als im Fall komplexer Zeichen, deren Bestandteile eine gesamtbegriffliche Einheit bilden (vgl. BGH GRUR 2004, 598 – Kleiner Feigling), die inhaltliche Identität einer Marke nicht. Daher kann regelmäßig angenommen werden, dass die Abkürzung eine auch in bedeutenden Geschäftsangelegenheiten zuverlässige Identifizierung des Angebots gewährleistet. Zur mündlichen Wiedergabe des vollständigen Begriffs besteht unter diesen Umständen in der Sicht des Erklärenden in der Regel kein Anlass, solange keine Anhaltspunkte bestehen, die dessen Erläuterung erfordern.

Jedenfalls unter den gegebenen Umständen des Einzelfalls ist von einer ausgeprägten Verkürzungsneigung auszugehen, weil sich die vierteilige Wortfolge „DEUTSCHE SPORTMANAGEMENTAKADEMIE“ flüssiger mündlicher Wiedergabe entzieht. Ferner wirkt die Buchstabenabkürzung in der visuellen Zuordnung angesichts verschiedener Schriftart, -größe und -stärke als eigenständig kennzeichnender und gegenüber der eher vollständigen Wortfolge erheblicher Bestandteil.

d) Auch bezogen auf die Klassen 16 und 35 prägt die Buchstabenfolge „DSA“ den Gesamteindruck der angegriffenen Marke. Zwar verfügt auch das unverkürzte Wortelement insoweit über Kennzeichnungskraft. Allerdings tritt es grafisch erkennbar in den Hintergrund (s.o.). Da sie ohne beschreibenden Bezug keine unmittelbare Bedeutung für die Erfassung des Inhalts der registrierten Dienstleistungen hat, tritt die Bedeutung der Wortfolge als Erläuterung der Buchstabenkette in diesem Zusammenhang zurück. Deswegen wird das Publikum im Kontext mündlicher Benennung vorrangig den ihm als Kurzform nahe gebrachten Zeichenbestandteil „DSA“ verwenden.

e) Zwischen den Marken besteht unter Berücksichtigung der Prägung der angegriffenen Marke durch das Zeichenelement „DSA“ gehobene klangliche Ähnlichkeit.

Die abweichenden Konsonanten „D“ bzw. „B“ werden in unmittelbarer Verbindung mit dem Konsonanten „S“ jeweils unter Ergänzung des Vokals „e“ gesprochen. Dem nachfolgenden identischen Konsonanten „S“ wird zudem phonetisch ein „e“ vorangestellt. Dadurch verschmelzen die beiden Vokale sogar und bestimmen in Verbindung mit den nachfolgenden klangstarken Lauten „SA“ das hinsichtlich der phonetischen Silbengliederung und im Sprechrhythmus übereinstimmende Klangbild. Es stehen einander somit vom Klang her de-es-a und be-es-a gegenüber.

Als verwehlungsbegünstigender Faktor ist einzubeziehen, dass die hier vom Klangbild eher schwächeren und überdies als Dental- und Labiallaut nicht leicht unterscheidbaren Anlaute sind. Dass „D“ bzw. „B“ aufgrund ihrer Stellung am Wortanfang vergleichsweise klar gesprochen zu werden pflegen und durch die Exponierung gewisse Bedeutung im Gesamteindruck der überschaubaren Begriffe ausüben, kann demgegenüber eine Verwehlungsgefahr nicht verhindern.

Der Bedeutungsgehalt der jüngeren Marke verhindert nur eingeschränkt Verwehlungen, weil der Begriffsgehalt dem Publikum regelmäßig nicht oder allenfalls nach zusätzlichen Überlegungen gegenwärtig sein wird. Im Übrigen unterstützt der Begriffsgehalt die Abgrenzung der Zeichen nicht, wenn das Publikum die klanglichen Unterschiede nicht oder falsch versteht.

Da das Publikum die Bedeutung der Widerspruchsmarke nicht kennt, kann der Buchstabe „A“ dieser Marke nicht als Abkürzung des beschreibenden Begriffs „Akademie“ begriffen werden. Die Bedeutung dieser Übereinstimmung wird daher nicht unter diesem Gesichtspunkt relativiert.

4. Die Rechtsbeschwerde war zuzulassen (§ 83 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG). Die Einzelfallkriterien, die in Zusammenhang der Ermittlung des klanglichen Gesamteindrucks einer Buchstabenkette und zugehöriger beschreibender Erläuterung einzubeziehen und zu gewichten sind, bedürfen im Anschluss an die Entscheidung (vgl. BGH GRUR 2008, 719 – idw Informationsdienst Wissenschaft) weiterer Differenzierung. Ferner können die der Entscheidung des EuGH GRUR 2012, 616 Rn. 38 – Strigl u.a. zugrunde liegenden Überlegungen zur Akzessorietät der Abkürzung sogar eine Neubewertung derartiger Fallkonstellationen rechtfertigen (vgl. auch BPatG, Beschl. v. 16.12.2013 – 30 W (pat) 12/12 – BGW Bundesverband der deutschen Gesundheitswirtschaft/BGW).

III.

Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Beschluss können die am Beschwerdeverfahren Beteiligten das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde einlegen. Die Rechtsbeschwerde kann nur darauf gestützt werden, dass der Beschluss auf einer Verletzung des Rechts beruht.

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

Dr. Albrecht

Hermann

Schmidt

Hu