



BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 513/14

Verkündet am
24. September 2015

...

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 30 2009 068 318

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung am 24. September 2015 durch den Vorsitzenden Richter Knoll, die Richterin Kriener und den Richter Schmid

beschlossen:

Die Beschwerde der Widersprechenden wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die am 17. Dezember 2009 angemeldete Wortmarke

adcuri GmbH

ist am 29. Januar 2010 für Dienstleistungen der Klasse 36 unter der Nr. 30 2009 068 318 in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Markenregister eingetragen worden. Die Markeninhaberin hat die Dienstleistungen mit Wirkung vom 7. Dezember 2011 und mit der in der mündlichen Verhandlung am 24. September 2015 überreichten Eingabe weiter eingeschränkt auf:

Kreditvermittlung im Zusammenhang mit der Vermittlung, Abschluss und der Abwicklung von Versicherungsverträgen; Vergabe von Hypothekendarlehen; Absatzfinanzierung; Kreditrisikoabsicherung durch Vermittlung von Finanzinstrumenten (Vermögensanlagen), insbesondere von Kreditderivaten; Ausgabe von Kreditkarten; Ausgabe von Hypothekenzertifikaten; alle vorgenannte Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Vermittlung, Abschluss und der Abwicklung von Versicherungsverträ-

gen; Versicherungswesen, nämlich Vermittlung von Versicherungsverträgen sowie die Abwicklung von Zahlungen (Schadensregulierung) für Dritte, nämlich den Versicherer; Versicherungsdienstleistungen, insbesondere Erteilung von Auskünften, Beratungen und finanziellen Schätzungen in Bezug auf Versicherungstarife; Einziehen von Außenständen (Inkasso) im Rahmen von Vermittlung von Versicherungsverträgen sowie die Abwicklung von Zahlungen (Schadensregulierung) für Dritte, nämlich den Versicherer; Finanzwesen, nämlich Vermittlung von Versicherungsverträgen sowie die Abwicklung von Zahlungen (Schadensregulierung) für Dritte, nämlich den Versicherer; Geldgeschäfte, nämlich Vermittlung von Versicherungsverträgen sowie die Abwicklung von Zahlungen (Schadensregulierung) für Dritte, nämlich den Versicherer; Vermittlung von Versicherungen; Vermögensverwaltung, nämlich Vermittlung von Versicherungsverträgen sowie die Abwicklung von Zahlungen (Schadensregulierung) für Dritte; Dienstleistungen von Rentenkassen.

Gegen die Eintragung der am 5. März 2010 veröffentlichten Marke hat die frühere Inhaberin der Widerspruchsmarke, die e... GmbH & Co KG, gestützt auf die am 22. Dezember 1999 angemeldete und seit 4. April 2000 für die Dienstleistungen der Klassen 35, 36, 41, 42 und 45

Dienstleistungen eines Wirtschaftsprüfers, Organisationsberatung, betriebswirtschaftliche Beratung, Personalberatung, Unternehmensberatung; Dienstleistungen eines Steuerberaters; Herausgabe von Informationsschriften und Verbraucherinformationen in Form von Druckerzeugnissen; Durchführung von Weiterbildungsveranstaltungen, Schulungen, Training auf den Gebieten Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung, Veranstaltung von Seminaren; Dienstleistungen eines Rechtsanwaltes, Steuerrechtsberatung; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung

eingetragene Wortmarke 399 85 346

ADCURA

Widerspruch erhoben. Die seit 24. Mai 2013 im Register als neue Inhaberin der Widerspruchsmarke eingetragene E... AG Steuerberatungsgesellschaft hat am 2. Juli 2013 die Übernahme des Beschwerdeverfahrens erklärt und führt seitdem als Widersprechende und Beschwerdeführerin das Verfahren.

Die Markenstelle für Klasse 36 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschluss vom 6. September 2012 eine Verwechslungsgefahr zwischen den Vergleichszeichen verneint und den Widerspruch zurückgewiesen. Zur Begründung ist ausgeführt, nach den eingereichten Unterlagen und eidesstattlichen Versicherungen seien zwar Zweifel an einer rechtserhaltenden Benutzung der Widerspruchsmarke für alle registrierten Dienstleistungen angebracht, zugunsten der Widersprechenden könne aber von einer glaubhaft gemachten Benutzung der Marke für „Steuerberatung“ und „betriebswirtschaftliche Beratung und Unternehmensberatung“ für die Jahre 2007 bis 2011 ausgegangen werden. Zwischen den Dienstleistungen der angegriffenen Marke und den vorgenannten Dienstleistungen der Widerspruchsmarke sei ein nicht zu geringer Grad an Ähnlichkeit festzustellen. Die Dienstleistung „Steuerberatung“ werde regelmäßig von Steuerberatungsgesellschaften erbracht. Auch inländische Kapitalanlagegesellschaften oder ausländische Kreditinstitute, die im Rahmen der Vermögensverwaltung tätig seien, hätten eine Befugnis zur Beratung und Unterstützung in Steuersachen. Solche Unternehmen seien zudem vielfach nicht nur im Finanz- sondern auch im Versicherungsbereich tätig, so dass eine Ähnlichkeit zwischen den Finanz-, Geld- und Versicherungsdienstleistungen der angegriffenen Marke und den Dienstleistungen der „Steuerberatung“ der Widerspruchsmarke festzustellen sei. Die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke sei als durchschnittlich anzusehen.

Da es sich bei sämtlichen Vergleichsdienstleistungen der Klasse 36 um Dienstleistungen finanzieller Natur handele, sei von einem sich kollisionsmindernd auswirkenden höheren Grad an Aufmerksamkeit der angesprochenen Verkehrskreise auszugehen. Die Vergleichsmarken wiesen in ihrer Gesamtheit keine entschei-

dungserheblichen Gemeinsamkeiten auf. Allerdings sei in der jüngeren Marke das Element „adcuri“ als Phantasiebegriff herausgehoben, weshalb ihm eine selbständig kennzeichnende Stellung zukomme. Die Vergleichsbezeichnungen „adcuri“ und „ADCURA“ stimmten zwar in fünf von sechs Buchstaben überein. In der Widerspruchsmarke sei aber erkennbar das Wort „CURA“ enthalten, das insbesondere im Pflege- und medizinischen Bereich eine Kennzeichnungsschwäche inne habe, die auf „besorgende“, also „helfende, unterstützende“ Dienstleistungen wie z. B. die Hilfe in Steuerangelegenheiten gerade für die Heil- oder Pflegeberufe zu übertragen sei. Auch werde ein Teil der angegriffenen Dienstleistungen als Krankenversicherungsdienste angeboten und erbracht. Da eine solche begriffliche Entsprechung bei der Bezeichnung „adcuri“ nicht vorhanden sei, weise diese insoweit keine entscheidungserhebliche Gemeinsamkeit mit dem Wort „ADCURA“ auf. Die phonetischen und begrifflichen Unterschiede, gerade in dem dunkel ausklingenden Widerspruchszeichen und dem hellen Auslautklang bei „adcuri“ stellten einen ausreichenden Markenabstand her.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Sie hat bereits im Verfahren vor dem DPMA diverse Unterlagen zur Glaubhaftmachung der Benutzung der Widerspruchsmarke für die Dienstleistungen „Steuerberatung“ und „betriebswirtschaftlichen Beratung und Unternehmensberatung“ eingereicht, u. a. eidesstattliche Versicherungen vom 10. April 2011 und vom 8. April 2011 zur Benutzung der Widerspruchsmarke von 2005 bis 2011 (Anlagen I und II zum Schreiben vom 14. April 2011), Auszüge aus dem Handelsregister sowie dem Internetauftritt der Widersprechenden, Rechnungskopien sowie Werbe- und Informationsmaterialien. Diese Unterlagen hat sie im Beschwerdeverfahren um weitere eidesstattliche Versicherungen, u. a. eines Mitglieds des Vorstands der heutigen Inhaberin der Widerspruchsmarke vom 10. Juni 2015, eines Steuerberaters sowie einer Geschäftsführerin einer regionalen A... mbH vom 10. Juni 2015 bzw. 5. September 2015, weitere Belege ihrer Internetpräsenz, Rechnungen aus den Jahren 2011 bis 2014, Schreiben und Werbebroschüren sowie Prospekte und Visitenkarten ergänzt.

Sie ist der Auffassung, zwischen den maßgeblichen Vergleichszeichen „ADCURA“ und „Adcuri“ seien nur geringfügige schriftbildliche und klangliche Unterschiede gegeben. Die von Seiten des Patentamtes angenommene Kennzeichnungsschwäche des Wortbestandteils „-cura“ im Sinn von „helfende, unterstützende“ Dienstleistungen läge im Zusammenhang mit den Steuerberatungsdienstleistungen eher fern und beziehe sich auch nach der genannten Entscheidung des Bundespatentgerichts allein auf den Bereich medizinischer und pflegerischer Dienstleistungen. Auch der Umstand, dass Steuerberatung schwerpunktmäßig im Bereich der Beratung für Heilberufe erbracht würde, mache die angebotenen Dienstleistungen selbst nicht zu solchen im medizinischen oder im Pflegebereich. Zudem könne der Wortbestandteil „-cura“ aus dem einheitlichen Gesamtzeichen „ADCURA“ weder isoliert herausgelöst und der angegriffenen Marke gegenübergestellt werden, noch verbinde der angesprochene Verkehrskreis mit dem lateinischen Wort „cura“ eine eindeutige beschreibende Bedeutung. Deshalb sei auch eine Neutralisierung der schriftbildlichen und klanglichen Ähnlichkeit durch bei den Vergleichswörtern vorhandene Bedeutungsunterschiede aufgrund des Begriffsgehalts des Wortelements „cura“ nicht gegeben. Da dem Wortelement „cura“ bereits keine eindeutige, bestimmte und schon gar keine sofort erfassbare Bedeutung zukomme, gehe die Annahme einer Neutralisierung der Ähnlichkeit der Vergleichswörter durch den unterschiedlichen Begriffsgehalt vorliegend fehl. Beim schriftbildlichen und klanglichen Vergleich der Marken stünden sich nahezu identische Vergleichsbezeichnungen gegenüber, da der zusätzliche Bestandteil „GmbH“ der angegriffenen Marke vernachlässigt werde. Die unterschiedlichen Endbuchstaben „i“ bzw. „A“ bei den Vergleichsbezeichnungen im am wenigsten beachteten Wortende würden kaum wahrgenommen und stellten keinen ausreichenden Markenabstand her.

Die Widersprechende beantragt,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 36 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 6. September 2012 in der Hauptsache aufzuheben und aufgrund des Widerspruchs aus der Marke

399 85 346 die Löschung der angegriffenen Marke
30 2009 068 318 anzuordnen.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke bestreitet nach wie vor die rechtserhaltende Benutzung der Widerspruchsmarke. Ausreichende Nachweise einer funktionsgemäßen Benutzung der Widerspruchsmarke „ADCURA“ in relevantem Umfang und für die tatsächlich eingetragenen Dienstleistungen der Widersprechenden seien den eingereichten Unterlagen nicht zu entnehmen. Unter Berücksichtigung eines höheren Grades an Aufmerksamkeit der angesprochenen Verkehrskreise bei finanziellen Dienstleistungen würden die Verbraucher die Unterschiede der sich phonetisch und schriftbildlich erheblich voneinander abweichenden Phantasiebegriffe erkennen, so dass eine Ähnlichkeit der sich gegenüberstehenden Zeichen nicht gegeben sei.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den angefochtenen Beschluss der Markenstelle für Klasse 36 sowie auf die Schriftsätze der Beteiligten und den weiteren Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die nach § 66 Abs. 1, § 64 Abs. 6 MarkenG zulässige Beschwerde der Widersprechenden ist nicht begründet. Entgegen der Auffassung der Widersprechenden besteht zwischen den Vergleichsmarken keine Verwechslungsgefahr nach § 9 Abs. 1 Nr. 2 i. V. m. § 42 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG, so dass die Markenstelle den

Widerspruch zu Recht gemäß § 43 Abs. 2 Satz 2 MarkenG zurückgewiesen hat und die Beschwerde daher zurückzuweisen war.

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). 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, Markengesetz, 11. Aufl., § 9 Rn. 40 ff. m. w. N.). Darüber hinaus können sich für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr weitere Faktoren entscheidungserheblich auswirken, wie u. a. etwa die Art der Ware, die im Einzelfall angesprochenen Verkehrskreise und daraus folgend die zu erwartende Aufmerksamkeit und das zu erwartende Differenzierungsvermögen dieser Verkehrskreise bei der Wahrnehmung der Kennzeichen.

2. Ausgehend von diesen Grundsätzen besteht zwischen der angegriffenen Marke „a ... GmbH“ und der älteren Widerspruchsmarke „ADCURA“ keine Verwechslungsgefahr gemäß § 9 Abs. 1 Nr. 2, 42 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

a. Bei der Widerspruchsmarke ist von durchschnittlicher Kennzeichnungskraft auszugehen, Anhaltspunkte für eine Stärkung oder Schwächung der Kennzeichnungskraft sind weder vorgetragen noch ansonsten erkennbar.

b. Soweit die Widersprechende den Widerspruch auf die eingetragenen „Dienstleistungen eines Wirtschaftsprüfers, Organisationsberatung, Personalberatung, Herausgabe von Informationsschriften und Verbraucherinformationen in Form von Druckerzeugnissen; Durchführung von Weiterbildungsveranstaltungen, Schulungen, Training auf den Gebieten Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung, Veranstaltung von Seminaren; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung“ und die beiden Dienstleistungen „betriebswirtschaftliche Beratung“ und „Unternehmensberatung“ in einem allgemeinen, d. h. steuerberatungsunabhängigen Sinne stützt, fehlt es bereits an der Glaubhaftmachung der rechtserhaltenden Benutzung. Den vorgelegten Unterlagen lassen sich keine Anhaltspunkte dafür entnehmen, dass, wie und in welchem Umfang die Widerspruchsmarke für diese Dienstleistungen in den nach § 43 Abs. 1 Satz 1 und Satz 2 MarkenG entscheidungserheblichen Zeiträumen vom 5. März 2005 bis 5. März 2010 und 24. September 2010 bis 24. September 2015 benutzt worden ist. Diese Dienstleistungen können daher auf Seiten der Widerspruchsmarke bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr im Sinn des § 9 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG gemäß § 43 Abs. 1 Satz 3 MarkenG nicht berücksichtigt werden.

Hinsichtlich der übrigen Dienstleistungen der Widerspruchsmarke kann nach den vorgelegten Unterlagen zugunsten der Widersprechenden jedenfalls von einer rechtserhaltenden Benutzung der Widerspruchsmarke während der maßgeblichen Benutzungszeiträume für die Dienstleistungen „Steuerberatung“, die in Bezug auf steuerliche Aspekte auch eine „betriebswirtschaftliche Beratung“ und „Unternehmensberatung“ umfasst, ausgegangen werden. Die Entscheidung, ob eine rechtserhaltende Benutzung der Widerspruchsmarke in den maßgeblichen Zeiträumen in ausreichender Weise glaubhaft gemacht worden ist, kann aber letztlich dahinstehen, da auch bei insoweit unterstellter rechtserhaltender Benutzung der Widerspruchsmarke der Abstand zwischen den zuletzt noch beanspruchten Dienstleistungen der angegriffenen Marke einerseits und den als benutzt unterstellten „Steuerberatungsdienstleistungen“ andererseits derart ausgeprägt ist, dass trotz

der großen Ähnlichkeit der maßgeblichen Vergleichs-bezeichnungen „adcuri“ und „ADCURA“ keine Verwechslungsgefahr besteht.

Eine Ähnlichkeit von Waren und Dienstleistungen besteht nach ständiger Rechtsprechung, wenn diese unter Berücksichtigung aller erheblichen Faktoren, die ihr Verhältnis zueinander kennzeichnen, insbesondere ihrer Beschaffenheit, ihrer regelmäßigen betrieblichen Herkunft, ihrer regelmäßigen Vertriebs- oder Erbringungsart, ihrem Verwendungszweck und ihrer Nutzung, ihrer wirtschaftlichen Bedeutung, ihrer Eigenart als miteinander konkurrierende oder einander ergänzende Produkte oder Leistungen oder anderer, für die Frage der Verwechslungsgefahr wesentlicher Gründe, so enge Berührungspunkte aufweisen, dass die beteiligten Verkehrskreise der Meinung sein könnten, sie stammten regelmäßig aus denselben oder gegebenenfalls wirtschaftlich verbundenen Unternehmen (vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 11. Aufl., § 9 Rn. 59 und 111, vgl. z. B. BGH GRUR 2004, 241, 243 - GeDIOS; GRUR 2015, 176 Nr. 16 - ZOOM/ZOOM). Dabei können die für die Warenähnlichkeit geltenden Merkmale bei der Beurteilung der Ähnlichkeit von Dienstleistungen untereinander nicht schematisch übernommen werden. Daher spielen Gemeinsamkeiten in der Beschaffenheit oder der Erbringungsstätte eine weniger entscheidungserhebliche Rolle als die wirtschaftliche Bedeutung, also die Art und der Zweck der Leistung, die sich vor allem in dem Nutzen für den Empfänger niederschlägt, wobei hierfür die Vorstellung des angesprochenen Verkehrskreises maßgeblich ist (vgl. auch Ingerl/Rohnke, Markengesetz, 3. Aufl., § 14 Rn. 800; BGH GRUR 2001, 164 f. - Wintergarten). Von wesentlicher Bedeutung bleibt die branchenmäßige Nähe bzw. Ferne der sich gegenüberstehenden Dienstleistungen (Ströbele/Hacker, a. a. O., § 9 Rn. 111 mit weiteren Nachweisen).

Die Dienstleistungen der angegriffenen Marke stehen alle, insbesondere nach der erneuten Einschränkung der Inhaberin der angegriffenen Marke vom 24. September 2015 auch die Finanzdienstleistungen wie „Kreditvermittlung; Vergabe von Hypothekendarlehen, Absatzfinanzierung; Kreditrisikoabsicherung durch

Vermittlung von Finanzinstrumenten (Vermögensanlagen), insbesondere von Kreditderivaten; Ausgabe von Kreditkarten; Ausgabe von Hypothekenzertifikaten“ in unmittelbarem und engem Zusammenhang mit der Vermittlung, dem Abschluss und der Abwicklung von Versicherungsverträgen. Die Berührungspunkte zwischen den Dienstleistungen im Bereich des Versicherungswesens einerseits und den als benutzt unterstellten „Steuerberatungsdienstleistungen“ auf Seiten der Widerspruchsmarke andererseits sind nur gering ausgeprägt. Zwar sind gewisse Berührungspunkte dergestalt gegeben, dass steuerliche Aspekte im Rahmen des Abschlusses von Versicherungsverträgen eine Rolle spielen können und die von den Versicherern angebotenen Leistungen in Anbetracht der Funktion der Versicherung als ein Baustein zum Vermögensaufbau und der Altersvorsorge auch steuerliche Komponenten und steuerliche Belange mitumfassen. Doch werden die beteiligten Verkehrskreise nach dem Gegenstand der sich gegenüberstehenden Dienstleistungen - Absicherung von und Schutz vor allen möglichen (Lebens)Risiken gegen Beitragszahlung einerseits und Beratung und Hilfe in steuerlichen Angelegenheiten andererseits -, nach der Art und dem Zweck, der wirtschaftlichen Bedeutung und dem Nutzen von Versicherungsdienstleistungen auf der einen und Steuerberatung auf der anderen Seite nicht ohne weiteres der Auffassung sein, die Vergleichsdienstleistungen würden üblicherweise von denselben Unternehmen erbracht. Auch eine branchenmäßige Nähe zwischen Versicherungsunternehmen und Steuerberatungsgesellschaften ist nicht ersichtlich. Bei den jeweiligen Branchen handelt es sich um klar voneinander getrennte Bereiche, deren Leistungen in der Regel auch nicht von dem jeweils anderen Unternehmen erbracht werden, zumal der jeweilige Tätigkeitsbereich im Übrigen auch jeweils einem umfassenden, gesetzlich normierten Regelwerk unterfällt (Steuerberatungsgesetz bzw. Versicherungsaufsichtsgesetz und Versicherungsvertragsgesetz). Zugunsten der Widersprechenden kann insoweit allenfalls von einer geringen (deutlich unterdurchschnittlichen) Ähnlichkeit der sich gegenüberstehenden Dienstleistungen ausgegangen werden (vgl. zu den Abstufungsgraden BGH a. a. O. Rn. 55 Culinaria/Villa Culinaria; BPatGE 40,192, 199 ff. – AIG zur Ähnlichkeit Finanz- und Kreditwesen zu Versicherungswesen).

Steuerberatungsdienstleistungen und auch Versicherungsdienstleistungen werden üblicherweise gezielt in Anspruch genommen, so dass die Erbringer der Leistungen mit einer gewissen Sorgfalt ausgewählt werden. Daher ist zumindest von einem erhöhten Aufmerksamkeitsgrad der angesprochenen Verkehrskreise, die aus den Inhabern von Gewerbebetrieben, leitenden Angestellten von Unternehmen und Versicherern aber auch Privatpersonen bestehen, auszugehen.

Die vom Schutzzumfang der Widerspruchsmarke im Rahmen der Dienstleistung „Steuerberatung“ mitumfassten Dienstleistungen „Unternehmensberatung“ und „betriebswirtschaftliche Beratung“ weisen als im engeren Sinn auf deren steuerliche Aspekte bezogene Leistungen insoweit ebenso nur geringe Berührungspunkte zu den Dienstleistungen der angegriffenen Marke auf.

c. Bei durchschnittlicher Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke und einer allenfalls geringen Ähnlichkeit der sich gegenüberstehenden Dienstleistungen, denen zudem eine leicht erhöhte Aufmerksamkeit entgegengebracht wird, hält die angegriffene Marke den zur Verneinung der Verwechslungsgefahr erforderlichen geringen Abstand zur Widerspruchsmarke ein. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass bei einem ausgeprägten Waren- bzw. Dienstleistungsabstand im Rahmen zu bejahender Waren- bzw. Dienstleistungsähnlichkeit eine Verwechslungsgefahr sogar bei identischen Marken zu verneinen sein kann, weil der Bereich der Waren- und Dienstleistungsähnlichkeit so weit zu ziehen ist, dass auch überdurchschnittlich kennzeichnungskräftigen Marken ein eigener Schutzbereich in Bezug auf Waren und Dienstleistungen einzuräumen ist.

Die Frage der Ähnlichkeit einander gegenüberstehender Marken ist nach deren Ähnlichkeit im Klang, im (Schrift-) Bild und im Bedeutungs- oder Sinngehalt zu beurteilen, weil Marken auf die mit ihnen angesprochenen Verkehrskreise in klanglicher, bildlicher und begrifflicher Hinsicht wirken können (vgl. EuGH GRUR Int. 2010, 129 Rn. 60 - La Española/Carbonell; BGH GRUR 2009, 1055 Rn. 26 - air-

dsl). In der Regel genügt bereits die hinreichende Übereinstimmung in einem Aspekt für die Annahme einer Verwechslungsgefahr (BGH GRUR 2009, 1055 Rn. 26 - airdsl; BGH GRUR 2011, 824 Rn. 26 - Kappa; BGH GRUR 2006, 60 Rn. 17 - coccodrillo).

In Bezug auf die angegriffene Marke „A... GmbH“ ist nach ständiger Rechtsprechung von einer jedenfalls klanglichen Prägung der Wortmarke durch den allein kennzeichnungskräftigen Bestandteil „Adcuri“ auszugehen (vgl. dazu z. B. BGH GRUR 2008, 715 Rn. 14 und Rn. 56 - idw), so dass sich die Zeichenwörter „Adcuri“ und „ADCURA“ gegenüberstehen.

Zwar weisen die Bezeichnungen eine weitgehende Übereinstimmung in ihrer Silbenzahl, dem Sprechrhythmus und gleicher Betonung auf. Allerdings unterscheiden sie sich in dem am Ende des Wortes befindlichen, für sich gesehen deutlich unterschiedlichen Schlussvokal, dem hellen Vokal „i“ bei der angegriffenen bzw. dem in der Klangfärbung dunkleren „A“ der Widerspruchsmarke. Der klangliche Gesamteindruck der Widerspruchsmarke wird von den Vokalen a-u-a geprägt. Demgegenüber weist die angegriffene Marke wegen des hellen Schlussvokals insgesamt einen „helleren“ klanglichen Gesamteindruck auf.

Vor dem Hintergrund einer weit unterdurchschnittlichen Ähnlichkeit der Dienstleistungen und einer leicht erhöhten Aufmerksamkeit der angesprochenen Verkehrskreise reichen auch diese geringfügigen Unterschiede aus, um eine Verwechslungsgefahr der Vergleichszeichen auszuschließen.

Auch schriftbildlich reichen - unter der Prämisse, dass der Zusatz „GmbH“ in der angegriffenen Marke bei dem bildlichen Gesamteindruck vernachlässigt wird - die geringfügigen Unterschiede aus, zumal die Umrisscharakteristik stärker durch die Anfangs-, aber auch Schlusselemente der Wörter bestimmt wird.

Anhaltspunkte für das Vorliegen weiterer Arten einer Verwechslungsgefahr bestehen nicht.

In Anbetracht der stark reduzierten Anforderungen an den Markenabstand halten die Vergleichszeichen einen ausreichenden Abstand ein, so dass der Widerspruch ohne Erfolg bleibt und die Beschwerde der Widersprechenden zurückzuweisen war.

Zur Auferlegung der Kosten aus Gründen der Billigkeit gemäß § 71 Abs. 1 Satz 1 MarkenG besteht bei der vorliegenden Sachlage keine Veranlassung.

III.

Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Beschluss können die am Beschwerdeverfahren Beteiligten das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde einlegen. 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, Herrenstr. 45 a, 76133 Karlsruhe, durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt als Bevollmächtigten schriftlich oder in elektronischer Form einzulegen.

Knoll

Kriener

Schmid

Hu