



# BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 67/16

---

(AktENZEICHEN)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Marke 30 2013 020 986**

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 6. Dezember 2016 durch die Richter Hermann, Dr. Söchtig und die Richterin Seyfarth

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Die am 7. März 2013 angemeldete Bildmarke



ist am 25. Juni 2013 unter der Nummer 30 2013 020 986 in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Register eingetragen worden für die Waren

Klasse 03: Abbeizmittel, Abschminkmittel, Adstringenzien für kosmetische Zwecke, Alaunsteine [Adstringenzien], Aloe Vera Präparate für kosmetische Zwecke, Aloe Vera-Mittel für kosmetische Zwecke, Ambra

[Parfüm], Antistatika für Haushaltszwecke, Antitranspirantien [schweißhemmende Toilettenmittel], Aromastoffe, pflanzliche [ätherische Öle], Aromastoffe, pflanzliche, für Getränke [ätherische Öle], atemerfrischende Streifen, Atemfrischesprays, ätherische Essenzen, ätherische Öle, ätherische Öle der Zitronatzitrone, ätherische Öle von Zedernholz, Augenbrauenkosmetika, Augenbrauenstifte, Avivageseifen, Backaromen [ätherische Öle], Badesalze, nicht für medizinische Zwecke, Badeszusätze, kosmetische, Balsam, ausgenommen für medizinische Zwecke, Bartfärbemittel, Bartwichse, Bergamottöl, Bimsstein, Bleichcreme für die Haut, Bleichmittel für kosmetische Zwecke, Bleichmittel für Wäsche, Bleichsalze, Bleichsoda, Blumenextrakte [Parfümeriewaren], Bohnermittel, Bohnerwachs, Deodorants für Haustiere, Deodorants für Menschen oder für Tiere, desinfizierende Seifen, desodorierende Seifen, Detergentien, außer zur Verwendung in Herstellungsverfahren und für medizinische Zwecke, Diamantine [Schleifmittel], Druckluft in Dosen zur Reinigung und Entstaubung, Duftholz, Duftstoffe für die Wäsche, Duftwasser, Eau de Javel, Enthaarungsmittel, Enthaarungswachs, Entkalkungsmittel für Haushaltszwecke, Farbaviviermittel, chemische, für Haushaltszwecke [Wäscherei], Färbemittel für Toilettenzwecke, Farbenentfernungsmittel [von Anstrichfarben], Farbenentfernungsmittel, Farbstoffe für die Kosmetik, Fette für kosmetische Zwecke, Fettentfernungsmittel, Fettentfernungsmittel, außer zur Verwendung in Herstellungsverfahren, Firnisentfernungsmittel, Fleckenentferner, Gaultheriaöl, Geraniol [Duftstoff], Glanzmittel, Glanzmittel für die Wäsche, Glanzstärke, Gläsertücher, Glasleinwand, Glättmittel [Wäschesatiniermittel], Glättsteine, Grundstoffe für Blumenparfüms, Haarfärbemittel, Haarspray, Haarwaschmittel, Haarwasser, Hautcreme [kosmetisch], Hauptpflegemittel [kosmetisch], Heliotropin, Henna [Färbemittel für die Kosmetik], Ionon [Duftstoff], Jasminöl, Klebemittel für Haarsersatz, Klebstoffe für kosmetische Zwecke, Klebstoffe für künstliche Wim-

pern, Kölnisch Wasser, Korund [Schleifmittel], Kosmetika, Kosmetiknecessaires [gefüllt], Kosmetikstifte, kosmetische Massageöle, Kreide zum Reinigen, künstliche Nägel, künstliche Wimpern, Lackentfernungsmittel, Lavendelöl, Lavendelwasser, Lederbleichmittel, Ledercreme, Lederkonservierungsmittel [Wichse], Lippgloss, Lippenstifte, Lösungsmittel für Fußbodenwachs [Reinigungsmittel], Lotionen für kosmetische Zwecke, Luftbeduftungsmittel, Make-up, Mandelmilch für kosmetische Zwecke, Mandelöl, Mandelseife, Massagegele, ausgenommen für medizinische Zwecke, medizinische Seifen, Metallkarbide [Schleifmittel], mit einem Reinigungsmittel imprägnierte Putztücher, Mittel zur Beseitigung von Abflussverstopfungen, Mittel zur Erzeugung von Blattglanz für Pflanzen, Mittel zur Intimreinigung für hygienische oder desodorierende Zwecke [Toilettenartikel], Mittel zur Körperpflege und Schönheitspflege, Moschus [Parfümerieartikel], Mundpflegemittel, nicht für medizinische Zwecke, Mundwasser, nicht für medizinische Zwecke, Nagelaufkleber, Nagellack, Nagelpflegemittel, Natronkristalle für Reinigungszwecke, Natronlauge, Neutralisierungsmittel für Dauerwellen, Öle für Körper- und Schönheitspflege, Öle für kosmetische Zwecke, Öle für Reinigungszwecke, Ondulierungsmittel für Haare, Parfümerieöle, Parfümeriewaren, Parfüms, Pasten für Rasiermesserstreichen, Pfefferminz für Parfümeriewaren, Pfefferminzessenz, Poliercreme, Poliermittel, Poliermittel für Zahnprothesen, Polierpapier, Polierrot, Polierstein, Polierwachs, Pomaden für kosmetische Zwecke, Potpourris [Duftstoffe], Präparate für die Trockenreinigung, Putzmittel, Quillajarinde [Waschmittel], Rasiermittel, Rasierseife, Rasiersteine [Adstringenzen], Rasierwasser, Räuchermittel [Duftstoffe], Räucherstäbchen, Reinigungsflüssigkeit für Windschutzscheiben, Reinigungsmilch für Körper- und Schönheitspflege, Reinigungsmittel, Reinigungsmittel für Zahnprothesen, Rosenöl, Rostentfernungsmittel, rutschhemmende Flüssigkeiten für Fußböden, rutschhemmendes Wachs für Fußböden, Safrol, Salmi-

akgeist als Reinigungsmittel, Sandpapier, Schlämmkreide, Schlankheitspräparate, kosmetische, Schleifmittel, Schleifpapier, Schleifstoffe, Schminke, Schminkmittel, Schminkpuder, Schmirgel, Schmirgelleinen, Schmirgelpapier, Schmirgeltuch, Schneiderwachs, Schönheitsmasken, Schuhcreme, Schuhpolitur, Schuhwischse, Schusterpech, Schusterwachs, schweißhemmende Seifen, Seifen, Seifen gegen Fußschweiß, Shampoos, Siliziumkarbid [Schleifmittel], Sonnenschutzmittel, Sonnenschutzmittel [kosmetische Mittel zur Hautbräunung], Stärke [Appreturmittel], Sternanisessenz, Talkumpuder für Toilettenzwecke, Tapetenreinigungsmittel, Terpene [ätherische Öle], Terpentin zum Entfetten, Terpentinöl zum Entfetten, Tierkosmetika, Tiershampoos, Toilettenmittel [Körperpflege], Toilettenseifen, Toilettenwasser, Tripel [Poliererde], Trockenshampoos, Trocknungsmittel für Spülmaschinen, Tücher, getränkt mit kosmetischen Lotionen, Vaseline [Erdölgelee] für kosmetische Zwecke, Vulkanasche [Putzmittel], Wachs für Wäschereizwecke, Wäscheaufheller, Wäscheeinweichmittel, Waschmittel für Wäsche, Wasserstoffsuperoxyd für kosmetische Zwecke, Watte für kosmetische Zwecke, Wattestäbchen für kosmetische Zwecke, Weichspülmittel für Wäsche, Weihrauch, Wimpernkosmetika, Wimperntusche [Mascara], Zahnbleichgele, Zahnputzmittel, Ziermotive für kosmetische Zwecke, Zitronenöle, ätherische

Klasse 18: Aktentaschen, Dokumentenmappen, Babytragebeutel, Babytragen, Babytragetücher, Badetaschen, Bekleidungsstücke für Tiere, Bergstöcke, Beschläge für Geschirre, Brieftaschen, Campingtaschen, Chamoisleder, nicht für Reinigungszwecke, Chevreauleder [Ziegenleder], Dokumentenkoffer, Dosen aus Leder oder Lederpappe, Einkaufsnetze, Einkaufstaschen, Federführungshülsen aus Leder, Federgamaschen aus Leder, Felldecken [Pelz], Felle, Fischbeinrippen für Schirme, Futtersäcke, Gebisse [Zaumzeug], Gehstöcke,

Geldbörsen, Geschirre, Sattel- und Zaumzeug für Tiere, Goldschlägerhaut, Gummieinlagen für Steigbügel, Halsbänder für Tiere, Handkoffer, Handkoffer [Suitcases], Handkoffergriffe, Handtaschen, Handtaschenkarkassen, Häute von Schlachttieren, Häute [zugerichtet], Hufeisen, Hüfttaschen, Hundeleinen, Hutschachteln aus Leder, Jagdtaschen, Kartentaschen [Brieftaschen], Kästen aus Leder oder aus Lederpappe Kästen und Dosen aus Vulkanfiber, Kettenmaschengeldbörsen, Kindertragtaschen, Kinnriemen aus Leder, Kleidersäcke für die Reise, Klopfpeitschen, Kniegamaschen für Pferde, Koffer, Kosmetikkoffer, Kulturbeutel, Kulturtaschen, Kunstleder, Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind, Leder, roh oder teilweise bearbeitet, Lederfäden, Ledergurte, Lederleinen, Lederpappe, Lederriemen [Gurte] [Sattlerei], Lederriemen [Lederstreifen], Lederschnüre, Lederventile, Lederzeug, Maulkörbe, Möbelbezüge aus Leder, Möbelüberzüge aus Leder, Moleskin [Fellimitation], Notenmappen, Peitschen, Pelze [Tierfelle], Pferdedecken, Pferdehalfter, Pferdekkummete, Regenschirme, Regenschirmgriffe, Reisekoffer, Reisekoffer [Handkoffer], Reisenecessaires [Lederwaren], Reisetaschen, Rückenhäute, Rucksäcke, Rucksäcke für Bergsteiger, Sättel für Pferde, Sattelbäume, Satteldecken für Pferde, Sattलगurte, Sattlerwaren, Schachteln aus Leder oder Lederpappe, Scheuklappen, Schirmfutterale, Schirmgestänge, Schirmringe, Schirmstöcke, Schlittschuhriemen, Schlüsseletuis, Schulranzen, Schultaschen, Schulterriemen, Sitzstühle, Sonnenschirme, Spazierstöcke, Sporttaschen, Steigbügel, Steigbügelriemen, Stöcke [Spazierstöcke], Stockgriffe, Taschen, Taschen mit Rollen, Tierhäute, Tornister [Ranzen], Trensen, Umhängerriemen, Unterlagen für Reitsättel, Verpackungsbeutel, -hüllen, -taschen aus Leder, Wanderstöcke, Werkzeugtaschen aus Leder [leer], Wurstdärme, Zaumzeugriemen, Zügel, Zügel [Zaumzeug], Zugstränge [Pferdegeschirr]

Klasse 25: Absätze [für Schuhe], Absatzstoßplatten für Schuhe, Anzüge, Babyhöschen [Bekleidung], Babywäsche, Badeanzüge, Badehosen, Bademäntel, Bademützen, Badesandalen, Badeschuhe, Bandanas (Tücher für Bekleidungszwecke), Baskenmützen, Beinwärmer, Bekleidung aus Lederimitat, Bekleidung für Autofahrer, Bekleidungsstücke, Bekleidungsstücke aus Papier, Blendschutzschirme [Kopfbedeckungen], Boas [Bekleidung], Bodysuits [Teddys, Bodys], Büstenhalter, Chasubles, Damenkleider, Duschhauben, Einlegesohlen, Einstecktücher, Faschings-, Karnevalskostüme, Fausthandschuhe, Fischerwesten [Anglerwesten], Fußballschuhe, Fußsäcke [nicht elektrisch beheizt], Gabardinebekleidung, Galoschen, Gamaschen, Geldgürtel [Bekleidung], Gleitschutz für Fußbekleidung, Gürtel [Bekleidung], Gymnastikbekleidung, Gymnastikschuhe, Halbstiefel [Stiefeletten], Halstücher, Handschuhe [Bekleidung], Hausschuhe, Hemd-Höschenkombinationen [Unterbekleidung], Hemdeinsätze, Hemden, Hemdplastrons, Holzschuhe, Hosen, Hosenstege, Hosenträger, Hüftgürtel, Hüte, Hutunterformen, Jacken Jerseykleidung, Joppen [weite Tuchjacken], Kamisols, Käppchen [Kopfbedeckungen], Kapuzen, Kittel, Kleidereinlagen [konfektioniert], Kleidertaschen [vorgefertigt], Konfektionskleidung, Kopfbedeckungen, Korsett Leibchen, Korsetts, Kragen [Bekleidung], Kragen [lose], Krankenhemden, Krankenkittel, Krawatten, Krawattentücher, kurzärmelige Hemden, Lätzchen, nicht aus Papier, Lederbekleidung, Leggings [Hosen], Leibwäsche, Leibwäsche [schweißaufsaugend], Livreen, Manipels [Priesterbekleidung], Manschetten [Bekleidung], Mäntel, Mäntel [pelzgefüttert], Mantillen, Mieder, Mitren [Bischofsmützen], Morgenmäntel, Muffe [Kleidungsstücke], Mützen, Mützenschirme, Oberbekleidungsstücke, Ohrenschützer [Bekleidung], Overalls, Pantoffeln, Papierhüte [Bekleidung], Parkas, Pelerinen, Pelze [Bekleidung], Petticoats, Ponchos, Pullover, Pyjamas, Radfahrerbekleidung, Rahmen für Schuhe, Regenmäntel, Röcke, Sandalen, Saris, Sarongs, Schals, Schärpen,

Schlafanzüge, Schlafmasken, Schleier [Bekleidung] Schleier [Kopf-, Brautschleier], Schlüpfer, Schnürstiefel, Schuhbeschläge aus Metall, Schuhe [Halbschuhe], Schuhsohlen, Schuhvorderblätter, Schuhvorderkappen, Schuhwaren, Schürzen, Schürzen [Bekleidung], Schweißblätter, Skihandschuhe, Skischuhe, Skorts, Slips, Socken, Sockenhalter, Sportschuhe, Sportschuhe [Halbschuhe], Stiefel, Stiefelschäfte, Stirnbänder [Bekleidung], Stoffschuhe [Espadrillos], Stolen, Stolen [Pelzschals], Stollen für Fußballschuhe, Strandanzüge, Strandschuhe, Strumpfbänder, Strümpfe, Strümpfe [schweißsaugend], Strumpffersen, Strumpfhalter, Strumpfhosen, Sweater, T-Shirts, Togen [für [Bekleidungsstücke], Trägerkleider, Trikotkleidung, Trikots, Turbane, Überzieher [Bekleidung], Uniformen, Unterbekleidungsstücke, Unterbekleidungsstücke [schweißaufsaugend], Unterhosen, Unterwäsche, Wäsche [Bekleidungsstücke], Wasserskianzüge, Westen, Wirkwaren [Bekleidung], Zylinderhüte.

Die Veröffentlichung erfolgte am 26. Juli 2013. Gegen die Eintragung ist aus der für die Waren

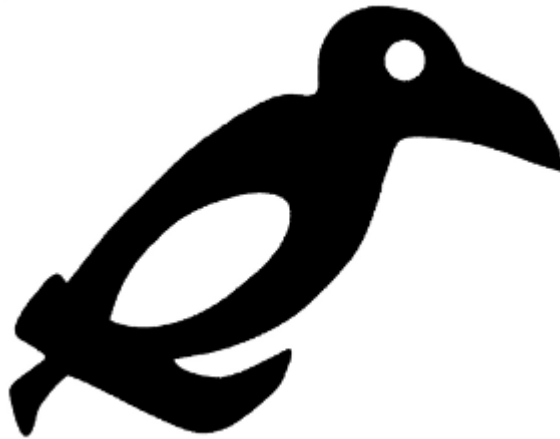
Klasse 03: Kosmetika, Parfümeriewaren

Klasse 18: Damenhandtaschen

Klasse 25: Damenoberbekleidung



eingetragenen, prioritätsälteren Bildmarke 30 2011 032 778



am 15. Oktober 2013 Widerspruch erhoben worden.

Das Deutsche Patent- und Markenamt, Markenstelle für Klasse 25, hat mit Beschlüssen vom 14. Mai 2014 und - im Erinnerungsverfahren - 25. November 2015 eine Verwechslungsgefahr verneint und den Widerspruch zurückgewiesen. Ausgehend von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke und einer möglichen Verwendung der Vergleichsmarken zur Kennzeichnung identischer Waren seien hohe Anforderungen an den einzuhaltenden Markenabstand zu stellen, denen die angegriffene Marke aber gerecht werde. Insbesondere reiche bei Bildmarken hinsichtlich der begrifflichen Ähnlichkeit die bloße Möglichkeit, dass in zwei bildlich verschiedenen Abbildungen unter Umständen dasselbe Motiv erkannt werde und die Marken danach benannt werden könnten, nicht für eine markenrelevante Ähnlichkeit aus. Vielmehr gelte der Grundsatz, dass Bildmarken umso weniger als begrifflich angesehen werden, je allgemeiner ein gemeinsamer Sinngehalt gefasst werden müsste, um die Gleichheit des Motivs zu begründen. Aufgrund der auffälligen Unterschiede der grafischen Gestaltung der Marken, hier sei insbesondere auf die unterschiedliche Ausrichtung, Form und farbliche Gestaltung des jeweiligen Vogels hingewiesen, bestünde keine Gefahr markenrecht-

licher Verwechslungen. In ihrer Gesamtheit betrachtet unterscheidet sich die angegriffene Marke sowohl bildlich als auch begrifflich ausreichend deutlich von der Widerspruchsmarke. Insbesondere bestünden die Unterschiede in der Ausrichtung des Vogels, dessen Anordnung in der Landschaft, dessen Schnabelform sowie der farblichen Gestaltung. Im Übrigen bestünde auch keine mittelbare Verwechslungsgefahr zwischen den gegenüberstehenden Marken, denn zum einen weichen diese grundlegend voneinander ab und zum anderen sei die jüngere Marke nicht als die modernisierte Form der älteren Marke anzusehen.

Gegen den am 28. November 2015 zugestellten Beschluss wendet sich die Markeninhaberin mit ihrer am 9. Dezember 2015 eingegangenen Beschwerde.

Zur Begründung führt die Beschwerdeführerin aus, dass die sich gegenüberstehenden Bildmarken deutlich mehr Gemeinsamkeiten als Unterschiede aufwiesen und der zur Verneinung der Verwechslungsgefahr erforderliche Markenabstand nicht mehr eingehalten würde. Insbesondere sei eine Ungleichheit in der Ausrichtung des jeweils abgebildeten Vogels nicht heranzuziehen, da beide Bildmarken zum Teil, beispielsweise im Bereich der Parfümwaren, auf transparenten Behältern angebracht würden, wobei keine eindeutige Ausrichtung des jeweiligen Vogels erkennbar wäre. Ein etwaiger Unterschied in der Schnabelform /-länge sei vom Verkehr aufgrund der ggf. begrenzten Größe der Aufbringungsfläche nicht auszumachen. Im Übrigen wäre ein der Vogelkunde nicht zugetaner Verbraucher nicht in der Lage in den gegenüberstehenden Zeichen unterschiedliche Vogelarten zu erkennen. Auch die farbliche Gestaltung der beiden gegenüberstehenden Zeichen (schwarz gegenüber schwarz/weiß) führe nicht zu einer anderen Einschätzung, da bei der Betrachtung eines stilisierten Vogels allein dessen Silhouette ausschlaggebend für die Wahrnehmung der beiden Zeichen sei, wobei das Vorhandensein weiterer typischer Merkmale der jeweiligen Tierart ganz selbstverständlich angenommen werde. Diesbezüglich unterstreiche die weiße Absetzung des Flügels bei der Widerspruchsmarke die Ähnlichkeit zur jüngeren Marke.

Die Beschwerdeführerin beantragt sinngemäß,

die Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 14. Mai und 25. November 2015 aufzuheben und die Löschung der angegriffenen Marke anzuordnen.

Der Markeninhaber und Beschwerdegegner beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Er verteidigt den angefochtenen Beschluss.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die zulässige Beschwerde der Widersprechenden bleibt in der Sache ohne Erfolg, weil zwischen der angegriffenen Marke und der Widerspruchsmarke keine Gefahr markenrechtlicher Verwechslungen gemäß §§ 42 Abs. 2 Nr. 1, 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG besteht und die angegriffene Marke somit nicht zu löschen ist. Die Markenstelle hat den Widerspruch daher zu Recht und mit zutreffender Begründung zurückgewiesen (§ 43 Abs. 2 Satz 2 1 i. V. m. § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG).

Ob Verwechslungsgefahr vorliegt, ist nach der Rechtsprechung sowohl des Europäischen Gerichtshofes als auch des Bundesgerichtshofes unter Beachtung aller Umstände des Einzelfalls umfassend zu beurteilen (vgl. z. B. EuGH GRUR 2013, 923, Nr. 34 - Specsavers-Gruppe/Asda; GRUR 2010, 1098, Nr. 44 - Calvin Klein/HABM; GRUR 2010, 933, Nr. 32 - BARBARA BECKER; BGH GRUR 2015, 176, Nr. 9 - ZOOM/ZOOM; GRUR 2014, 488, Nr. 9 - DESPERADOS/DESPERADO; GRUR 2013, 833 Rn. 30 - Culinaria/Villa Culinaria). Von maßgeblicher Be-

deutung sind insoweit die Identität oder Ähnlichkeit der zum Vergleich stehenden Marken sowie der von diesen erfassten Waren (oder Dienstleistungen). Darüber hinaus ist die Kennzeichnungskraft der älteren Marke und - davon abhängig - der dieser im Einzelfall zukommende Schutzzumfang in die Betrachtung mit einzubeziehen. Dabei impliziert der Begriff der Verwechslungsgefahr eine gewisse Wechselwirkung zwischen den genannten Faktoren (st. Rspr., z. B. BGH GRUR 2015, 176, Nr. 9 - ZOOM/ZOOM; GRUR 2014, 488, Nr. 9 - DESPERADOS/DESPERADO; GRUR 2014, 382, Nr. 14 - REAL-Chips). Nach diesen Grundsätzen ist eine markenrechtlich relevante Gefahr von Verwechslungen nicht zu besorgen.

Mangels anderer Anhaltspunkte hat der Senat bei seiner Entscheidung eine durchschnittliche Kennzeichnungskraft und einen normalen Schutzzumfang der Widerspruchsmarke zugrunde gelegt.

Ausgehend von der Registerlage und damit einer möglichen Verwendung der Vergleichsmarken zur Kennzeichnung teils identischer, teils ähnlicher Waren sowie eines normalen Schutzzumfangs der Widerspruchsmarke sind hohe Anforderungen an den einzuhaltenden Markenabstand zu stellen, denen die angegriffene Marke jedoch gerecht wird.

Die Ähnlichkeit von Marken ist anhand ihres klanglichen und schriftbildlichen Eindrucks sowie ihres Sinngehalts zu ermitteln. Dabei kommt es auf den jeweiligen Gesamteindruck der sich gegenüberstehenden Zeichen an. Dies entspricht dem Erfahrungssatz, dass der Verkehr Marken regelmäßig in der Form aufnimmt, in der sie ihm entgegentreten und sie nicht einer analysierenden, zergliedernden, möglichen Bestandteilen und deren Bedeutung nachgehenden Betrachtung unterzieht (vgl. BGH a. a. O. NEURO-VIBOLEX/NEURO-FIBRAFLEX). Abzustellen ist dabei auf einen durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher, dessen Aufmerksamkeit je nach Art der Ware unterschiedlich hoch sein kann (vgl. BGH GRUR 2000, 506 - ATTACHÉ/TISSERAND).

Beim Vergleich der jüngeren Bildmarke mit der älteren Bildmarke ist ausschließlich auf die bildliche und begriffliche Ähnlichkeit abzustellen.

Eine unmittelbare bildliche Verwechslungsgefahr zwischen den Marken kann ohne weiteres wegen der zahlreichen und auffälligen Unterschiede ausgeschlossen werden. In bildlicher Hinsicht erschöpft sich nämlich vorliegend die Ähnlichkeit der Marken darin, dass jeweils eine Vogelfigur dargestellt ist und dass die Marken jeweils in der Art eines Piktogramms gestaltet sind. Beide Darstellungen, insbesondere auch die Widerspruchsmarke, stellen Vogelsilhouetten dar, was letztlich die einzige Gemeinsamkeit ausmacht.

In ihrer Gesamtheit sind die sich gegenüberstehenden Marken visuell schon deshalb deutlich verschieden, weil der im Profil stilistisch abgebildete Vogel der jüngeren Marke gegenüber demjenigen der älteren Marke entgegengesetzt, nämlich nach links „schauend“ ausgerichtet ist, wobei die jüngere Marke komplett in schwarz gehalten ist, während der im Profil stilistisch abgebildete Vogel der Widerspruchsmarke auch in schwarz abgebildet ist, dieser jedoch ein in weiß gehaltenes Auge sowie eine weiße Aussparung, welche an die Form eines Flügels erinnert, aufweist. Ferner ist der Schnabel des Vogels der angegriffenen Marke gerade, während jener des Vogels der Widerspruchsmarke deutlich größer und gebogen ist. Im Übrigen lässt die Widerspruchsmarke erkennen, dass der abgebildete Vogel auf einer Art Ast sitzt. Ein solches zusätzliches Merkmal fehlt in der angegriffenen Marke. Diese Unterschiede sind für die angesprochenen Verkehrskreise erkennbar, selbst wenn beide Zeichen auf kleiner Fläche abgebildet würden.

Vorliegend lässt sich auch keine unmittelbare begriffliche Verwechslungsgefahr annehmen.

Für die Annahme einer Ähnlichkeit von Bildmarken oder Bildelementen, die darauf beruht, dass die Vergleichsdarstellungen wegen eines übereinstimmenden Begriffsgehalts mit dem gleichen Begriff benannt werden, gelten strenge Anforderungen. Insoweit reicht die bloße Möglichkeit, dass in zwei bildlich verschiedenen Ab-

bildungen u. U. dasselbe Motiv erkannt wird und die Marken danach benannt werden können, noch nicht für eine markenrechtlich relevante Ähnlichkeit aus. Vielmehr gilt der Grundsatz, dass Bildmarken um so weniger als begrifflich ähnlich angesehen werden, je allgemeiner ein gemeinsamer Sinngehalt gefasst werden müsste, um die Gleichheit des Motivs zu begründen. Eine andere Beurteilung kann aber wiederum geboten sein, wenn es sich bei der älteren Marke um ein im Verkehr weitgehend bekanntes Bildzeichen handelt (vgl. BGH GRUR 1996, 198, 200 - Springende Raubkatze; Ströbele/Hacker a. a. O. § 9 Rn. 299 m. w. N.). Vorliegend weisen die beiden Vergleichszeichen jeweils ein Vogelmotiv auf. In begrifflicher Hinsicht können sie somit jeweils mit „Vogel“ bezeichnet werden. Hierbei handelt es sich jedoch um einen weitgefassten allgemeinen Begriff, der für sich genommen nicht das Vorliegen einer begrifflichen Ähnlichkeit zu begründen vermag. Dies gilt nicht zuletzt auch unter Berücksichtigung des Umstandes, dass vorliegend keine Anhaltspunkte für eine besondere Bekanntheit der Widerspruchsmarke gegeben sind.

Im Ergebnis unterscheidet sich die angegriffene Bildmarke in ihrer Gesamtheit deutlich von der älteren Bildmarke, sodass keine Zeichenähnlichkeit der beiden gegenüberstehenden Marken besteht und der angesprochene Verkehr die beiden Marken sicher auseinanderhalten könnte.

Anhaltspunkte dafür, dass aus sonstigen Gründen die Gefahr von Verwechslungen bestehen könnte, sind nicht dargelegt und auch nicht ersichtlich.

Nachdem sich die beiden Marken visuell wie begrifflich deutlich unterscheiden, besteht in der Wechselwirkung mit der durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke für identische bzw. hochgradig ähnliche Waren keine Gefahr markenrechtlicher Verwechslungen, weshalb das DPMA den Widerspruch zurecht zurückgewiesen hat.

Die zulässige Beschwerde daher unbegründet und zurückzuweisen.

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

### **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.

Hermann

Dr. Söchtig

Seyfarth

Hu