



BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 23/15

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 30 2011 035 856

hat der 30. Senat (Marken- und Design-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 5. Oktober 2017 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Prof. Dr. Hacker sowie der Richter Merzbach und Dr. Meiser

beschlossen:

- I. Auf die Beschwerde der Widersprechenden wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 45 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 20. Februar 2015 (Erinnerungsbeschluss) aufgehoben.

Die Erinnerung der Markeninhaberin gegen den Beschluss derselben Markenstelle vom 22. Mai 2013 (Erstbeschluss) wird zurückgewiesen.

- II. Der Antrag der Markeninhaberin, die Kosten des Beschwerdeverfahrens der Widersprechenden aufzuerlegen, wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Gegen die Eintragung der für die Waren und Dienstleistungen

„Klasse 16:

Druckereierzeugnisse, Bücher, Zeitschriften, alle vorgenannten Waren ausschließlich für den Bereich der Parapsychologie, Astro-

logie, Esoterik, des Kartenlegens, Pendelns und der Numerologie;

Klasse 38:

Telekommunikation, nämlich Telekommunikationsdienstleistungen im Bereich der Beratung auf dem Gebiet der Parapsychologie, Astrologie, Esoterik, Kinesologie, des Kartenlegens, Pendelns, der Numerologie und des Reiki;

Klasse 45:

Lebensberatung, nämlich persönliche Beratung unter Anwendung von Methoden der Parapsychologie, Astrologie, Esoterik, Kinesologie, des Kartenlegens, Pendelns, der Numerologie und des Reiki; Erstellung von Horoskopen; esoterische Therapie; esoterische Beratungen per Telefon; astrologische Beratung; Beratung auf dem Gebiet der Parapsychologie, Astrologie, Esoterik, des Kartenlegens, des Pendelns, der Numerologie“

bestimmten Wortmarke 30 2011 035 856

Cosima

ist aus der am 12. Juni 2009 für die Dienstleistungen

„Klasse 35:

Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Online-Werbung für Dritte; Vermarktung von Lebensberatungsdienstleistungen; Vermittlung von Verträgen für Dritte über die Erbringung von Lebensberatungsdienstleistungen; Dienstleistungen einer Datenbank, nämlich Sammeln, Analysieren, Aktualisieren von Daten; Wartung von Datenbanken, nämlich Aktualisierung des Inhalts;

Klasse 38:

Telekommunikation; Bereitstellen eines Zugangs zu Informationen im Internet; E-Mail-Dienstleistungen; SMS-Dienstleistungen; Fernübertragung von Informationen; digitale Kommunikationsdienste; elektronische Daten- und Nachrichtenübermittlung; Telefondienste; Vermittlung von Telefondiensten; Kommunikationsdienste mittels Telefon, insbesondere im Zusammenhang mit der Vermittlung von Informations-, Beratungs- oder Unterhaltungsdienstleistungen; Dienstleistungen einer Datenbank, nämlich Übermitteln von Daten;

Klasse 42:

Aktualisieren von Internetseiten; Bereitstellen von Plattformen im Internet; redaktionelle Betreuung von Internetauftritten, nämlich Bearbeitung von Texten zur Veröffentlichung im Internet; Betrieb und Bereitstellung einer internetbasierten Plattform zur Vermittlung von Beratungs- und Informationsangeboten;

Klasse 45:

von Dritten erbrachte persönliche und soziale Dienstleistungen betreffend individuelle Bedürfnisse; Lebensberatung; Erstellen von Horoskopen; Tarot und Kartenlegen; Wahrsagen und Hellsehen; Astrologie; Bereitstellen von Informationen im Internet im Bereich persönliche Lebensberatung“

eingetragenen Unions-Wortmarke 6 988 034

KOSMICA

Widerspruch erhoben worden.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke hat mit Schriftsatz vom 18. Juli 2012 die Benutzung der Widerspruchsmarke bestritten.

Die Markenstelle für Klasse 45 des Deutschen Patent- und Markenamts hat zunächst mit Beschluss vom 22. Mai 2013 die Teillöschung der angegriffenen Marke für die Dienstleistungen

„Klasse 38:

Telekommunikation, nämlich Telekommunikationsdienstleistungen im Bereich der Beratung auf dem Gebiet der Parapsychologie, Astrologie, Esoterik, Kinesologie, des Kartenlegens, Pendelns, der Numerologie und des Reiki;

Klasse 45:

Lebensberatung, nämlich persönliche Beratung unter Anwendung von Methoden der Parapsychologie, Astrologie, Esoterik, Kinesologie, des Kartenlegens, Pendelns, der Numerologie und des Reiki; Erstellung von Horoskopen; esoterische Therapie; esoterische Beratungen per Telefon; astrologische Beratung; Beratung auf dem Gebiet der Parapsychologie, Astrologie, Esoterik, des Kartenlegens, des Pendelns, der Numerologie“

angeordnet.

Auf die Erinnerung der Inhaberin der angegriffenen Marke hat der Erinnerungsprüfer der Markenstelle für Klasse 45 mit Beschluss vom 20. Februar 2015 den Beschluss vom 22. Mai 2013 aufgehoben und den Widerspruch zurückgewiesen. Eine Verwechslungsgefahr zwischen den Vergleichsmarken liege in Bezug auf die vorgenannten Dienstleistungen der angegriffenen Marke nicht vor, auch soweit sich beide Marken nach der Registerlage bei identischen Dienstleistungen begegnen könnten.

So verfüge die Widerspruchsmarke nur über eine äußerst geringe Kennzeichnungskraft, da das Markenwort **KOSMICA** für die vorliegend relevanten, überwiegend esoterikbezogenen Dienstleistungen allenfalls über das für eine Eintragung als Marke erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft verfüge. Denn die vorliegend angesprochenen Verkehrskreise - in erster Linie das esoterisch interessierte Publikum - würden der Widerspruchsmarke **KOSMICA** nicht zuletzt wegen ihrer bis auf die Schreibweise am Wortanfang vorhandenen Übereinstimmung mit dem italienischen bzw. spanischen Adjektiv „cosmica“ bzw. „cósmica“ ohne weiteres einen Hinweis auf den in seiner Bedeutung mit den vorgenannten Adjektiven übereinstimmenden deutschen Begriff „kosmisch“ entnehmen, dem in seiner Bedeutung „das Weltall betreffend“ bzw. „im Weltall herrschend/stattfindend“, „aus dem Weltall stammend“, „zum Weltall gehörend“ oder „auf den Weltraum gerichtet“ im Bereich der Esoterik eine ganz zentrale Bedeutung zukomme. **KOSMICA** werde daher vom Verkehr in Zusammenhang mit den vorliegenden Dienstleistungen als beschreibender Hinweis auf den Kosmos, auf kosmische Bezüge o. ä. verstanden.

Vor diesem Hintergrund sei der Abstand zwischen den Vergleichsmarken dann aber deutlich genug, um Verwechslungen in rechtserheblichem Umfang zu vermeiden.

Zwar handele es sich jeweils um dreisilbige Wortmarken mit weitgehend identischen Konsonanten und im Grundsatz identischen Vokalen; insbesondere seien auch die das Markenwort **Cosima** bildenden Buchstaben allesamt in **KOSMICA** enthalten. Beide Wörter würden auch auf der ersten Silbe betont. Dennoch wirke **KOSMICA** schriftbildlich - abgesehen von den Unterschieden durch Groß- bzw. Kleinschreibung - schon allein durch den Anfangsbuchstaben „K“, der die Widerspruchsmarke optisch präge und in der jüngeren Marke keine Entsprechung finde, ganz anders als **Cosima**. Hinzu kämen die vertauschten Positionen der Buchstaben „m“ und „c“, ferner die Tatsache, dass bei der Widerspruchsmarke zwei Konsonanten unmittelbar aufeinander folgten („SM“), während bei der jüngeren Marke

jeweils ein Vokal auf einen Konsonanten folge, sowie die etwas geringere Wortlänge bzw. Buchstabenzahl der angegriffenen Marke im Vergleich zur Widerspruchsmarke.

In akustischer Hinsicht wirke **KOSMICA** auf Grund der „K“-Laute sowohl zu Wortbeginn als auch in der letzten Silbe insgesamt deutlich härter als **Cosima**. Auf Grund der jeweiligen Stellung im Wort werde zudem der Vokal „O“ bzw. „o“ bei der Widerspruchsmarke offen, bei der angegriffenen Marke hingegen geschlossen ausgesprochen; dementsprechend werde der Konsonant „S“ bzw. „s“ bei der Widerspruchsmarke stimmlos, bei der angegriffenen Marke stimmhaft wiedergegeben. Zusätzlich sei auch in dieser Hinsicht die andersartige Reihenfolge der Konsonanten zu berücksichtigen.

Begünstigt werde die Unterscheidung beider Begriffe ferner durch den unterschiedlichen Bedeutungsgehalt der Vergleichsmarken. Während **KOSMICA** an den Begriff „kosmisch“ erinnere, sei **Cosima** mühelos als althergebrachter Mädchen- bzw. Frauenname zu erkennen.

Für eine Verwechslungsgefahr aus sonstigen Gründen lägen keine Anhaltspunkte vor.

Hiergegen hat die Widersprechende Beschwerde eingelegt. Zur Begründung trägt sie vor, dass der Widerspruchsmarke entgegen der Auffassung des Erinnerungsprüfers eine durchschnittliche Kennzeichnungskraft nicht abgesprochen werden könne. So werde der Verkehr die Widerspruchsmarke nicht mit dem Begriff „kosmisch“ bzw. dem gleichbedeutenden, jedoch bereits anders geschriebenen italienischen bzw. spanischen Adjektiv „cosmica/cósmica“ gleichsetzen. Zudem komme dem Begriff „kosmisch“ in Bezug auf die für die Widerspruchsmarke eingetragenen Dienstleistungen keine beschreibende Bedeutung zu.

Entgegen der Auffassung des Erinnerungsprüfers sei auch von einer zumindest durchschnittlichen Zeichenähnlichkeit auszugehen, da es sich um jeweils dreisilbige Wortmarken mit weitgehend identischen Konsonanten und im Grundsatz identischen Vokalen handele, welche jeweils auf der ersten Silbe betont würden. Zudem seien die Buchstaben der angegriffenen Marke **Cosima** allesamt in der Widerspruchsmarke enthalten; insoweit bestehe lediglich ein visueller Unterschied in der Schreibweise „K“ statt „C“.

In Anbetracht der nach der Registerlage vorliegenden Dienstleistungsidentität sei dann aber von einer Verwechslungsgefahr auszugehen.

Die Widersprechende beantragt sinngemäß,

den Erinnerungsbeschluss der Markenstelle für Klasse 45 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 20. Februar 2015 aufzuheben und die Erinnerung der Markeninhaberin gegen den Beschluss derselben Markenstelle vom 22. Mai 2013 zurückzuweisen.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen und die Kosten des Beschwerdeverfahrens der Widersprechenden aufzuerlegen.

Zur Begründung verweist sie auf ein Urteil des Kammergerichts Berlin vom 20. März 2015 (5 U 68/14), welches einen zwischen den Beteiligten geführten Rechtsstreit zu der von Inhaberin der angegriffenen Marke im Rahmen einer Internetdomain benutzten Bezeichnung „kartenlegen-cosima“ betrifft, sowie auf ihr Vorbringen vor der Markenstelle, wo sie im Wesentlichen geltend gemacht hat, dass ausgehend von einer unterdurchschnittlichen Kennzeichnungskraft die Ähn-

lichkeit beider Zeichen zu gering sei, um auch im Bereich identischer Dienstleistungen eine Verwechslungsgefahr zu begründen.

Die auf Antrag der Widersprechenden anberaumte mündliche Verhandlung am 5. Oktober 2017 wurde nach Rücknahme des Antrags auf Durchführung der mündlichen Verhandlung durch die Widersprechende mit Schriftsatz vom 31. August 2017 zunächst aus Gründen der Sachdienlichkeit (§ 69 Nr. 3 MarkenG) aufrechterhalten. Mit Schriftsatz vom 28. September 2017 beantragte auch die Inhaberin der angegriffenen Marke die Aufhebung des Termins und erklärte gleichzeitig ihr Einverständnis mit einer Entscheidung im schriftlichen Verfahren. Daraufhin wurde mit Verfügung des Vorsitzenden vom 28. September 2017 der Verhandlungstermin vom 5. Oktober 2017 aufgehoben und eine Entscheidung im schriftlichen Verfahren angekündigt.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde, über die aufgrund der Zustimmung beider Beteiligten mit einer Entscheidung im schriftlichen Verfahren ohne weitere mündliche Verhandlung zu entscheiden ist, hat in der Sache Erfolg, da im Anschluss an die Entscheidung des Erstprüfers auch nach Auffassung des Senats zwischen den Vergleichsmarken in Bezug auf die von der angegriffenen Marke zu den Klassen 38 und 45 beanspruchten Dienstleistungen eine Verwechslungsgefahr im Sinne des § 9 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG besteht. Daher hat der Erstprüfer insoweit zu Recht die Teillöschung der angegriffenen Marke angeordnet (§ 43 Abs. 2 Satz 1 MarkenG). Auf die Beschwerde der Widersprechenden ist somit der den Widerspruch zurückweisende Erinnerungsbeschluss der Markenstelle für Klasse 45 vom 20. Februar 2015 aufzuheben und die Erinnerung der Markeninhaberin zurückzuweisen.

Soweit der Erstprüfer auf den unbeschränkt erhobenen Widerspruch hin die Teil-
löschung der angegriffenen Marke allein in Bezug auf die zu den Klassen 38
und 45 beanspruchten Dienstleistungen angeordnet hatte, nicht jedoch hinsichtlich
der weiteren von der angegriffenen Marke beanspruchten Waren der Klasse 16,
lag insoweit eine - vom Erstprüfer nicht ausdrücklich festgestellte - Zurückweisung
des Widerspruchs vor. Da die Widersprechende gegen diese Teilzurückweisung
keine Erinnerung eingelegt hat, ist diese bestandskräftig. Gegenstand des
Erinnerungs- wie auch des Beschwerdeverfahrens sind demnach allein die von
der angegriffenen Marke zu den Klassen 38 und 45 beanspruchten und nach dem
Beschluss des Erstprüfers der Löschung unterfallenden Dienstleistungen.
Dementsprechend hat die Widersprechende auch mit der Beschwerde beantragt,
den Erinnerungsbeschluss aufzuheben und die Löschung der angegriffenen
Marke hinsichtlich der Dienstleistungen der Klassen 38 und 45 anzuordnen.

A. 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 2010, 1098, Nr. 44 - Calvin Klein/HABM; GRUR 2010, 933,
Nr. 32 - BARBARA BECKER; GRUR 2011, 915, Nr. 45 - UNI; BGH GRUR 2012,
1040, Nr. 25 - pjur/pure; GRUR 2012, 930, Nr. 22 - Bogner B/Barbie B;
GRUR 2012, 64, Nr. 9 - Maalox/Melox-GRY; GRUR 2010, 235, Nr. 15 - AIDA/
AIDU). Von maßgeblicher Bedeutung 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 Verwech-
slungsgefahr eine gewisse Wechselwirkung zwischen den genannten Faktoren
(st. Rspr., z. B. BGH GRUR 2013, 833, Nr. 30 - Culinaria/Villa Culinaria;
GRUR 2012, 1040, Nr. 25 - pjur/pure; GRUR 2012, 930, Nr. 22 - Bogner B/
Barbie B; GRUR 2012, 64, Nr. 9 - Maalox/Melox-GRY; GRUR 2010, 1103,

Nr. 37 - Pralinenform II; EuGH GRUR 2008, 343 Nr. 48 - Il Ponte Finanziaria Spa/HABM).

Nach diesen Grundsätzen ist eine markenrechtlich relevante unmittelbare Gefahr von Verwechslungen zwischen den Vergleichsmarken für die von der angegriffenen Marke zu den Klassen 38 und 45 beanspruchten Dienstleistungen zu besorgen, weshalb die angegriffene Marke insoweit nach § 43 Abs. 2 Satz 1 MarkenG zu löschen ist.

1. Bei der Beurteilung der Ähnlichkeit der Dienstleistungen ist von der Registerlage und nicht von der tatsächlichen Benutzungslage auszugehen, da die mit Schriftsatz vom 18. Juli 2012 geltend gemachte Einrede der Nichtbenutzung wegen der zu diesem Zeitpunkt noch nicht abgelaufenen Benutzungsschonfrist der am 12. Juni 2009 eingetragenen Widerspruchsmarke nicht wirksam erhoben worden ist, worauf die Markenstelle mit Schreiben vom 31. Juli 2012 hingewiesen hat. Die insoweit verfrüht erhobene Einrede entfaltet auch mit dem Ablauf der maßgeblichen Frist (am 12. Juni 2014) nicht die Rechtswirkung einer zulässigen Einrede (BPatG GRUR 2005, 773, 775 - Blue Bull/RED BULL; Ströbele/Hacker, MarkenG, 11. Aufl., § 43 Rn. 29 m. w. N.). Die Inhaberin der angegriffenen Marke hat nach Ablauf der „Benutzungsschonfrist“ auch nicht in irgendeiner Form ausdrücklich oder konkludent zum Ausdruck gebracht, dass sie an der verfrüht erhobenen Einrede festhalten wolle.

2. Ausgehend von der Registerlage können sich die Vergleichsmarken bei identischen Dienstleistungen begegnen.

So umfasst der für die Widerspruchsmarke zu Klasse 38 ohne jede Einschränkung eingetragene weite Dienstleistungsoberbegriff „Telekommunikation“ die von der angegriffenen Marke zu diesem Dienstleistungsoberbegriff konkret („nämlich“) beanspruchten „Telekommunikationsdienstleistungen im Bereich der Beratung auf dem Gebiet der Parapsychologie, Astrologie, Esoterik, Kinesologie, des Kartenle-

gens, Pendelns, der Numerologie und des Reiki“ (Klasse 38). Durch die Eintragung der Widerspruchsmarke für die Dienstleistung „Lebensberatung“ genießt diese ferner Schutz für die von der angegriffenen Marke zu diesem Dienstleistungsoberbegriff konkret beanspruchten („nämlich“) Dienstleistungen „persönliche Beratung unter Anwendung von Methoden der Parapsychologie, Astrologie, Esoterik, Kinesologie, des Kartenlegens, Pendelns, der Numerologie und des Reiki“. Die Dienstleistung „Erstellung von Horoskopen“ wird von beiden Marken gleichermaßen beansprucht. Unter den für die Widerspruchsmarke zu Klasse 45 eingetragenen weiten Dienstleistungsoberbegriff „von Dritten erbrachte persönliche und soziale Dienstleistungen betreffend individuelle Bedürfnisse“ fallen auch die von der angegriffenen Marke zu dieser Klasse beanspruchten Dienstleistungen „esoterische Therapie; esoterische Beratungen per Telefon; astrologische Beratung; Beratung auf dem Gebiet der Parapsychologie, Astrologie, Esoterik, des Kartenlegens, des Pendelns, der Numerologie“, so dass auch insoweit Dienstleistungsidentität besteht. Bestandteil dieser letztgenannten Dienstleistungen der angegriffenen Marke können zudem die für die Widerspruchsmarke eingetragenen Dienstleistungen „Tarot und Kartenlegen; Wahrsagen und Hellsehen; Astrologie“ sein, so dass auch insoweit Identität besteht.

3. Entgegen der Auffassung des Erinnerungsprüfers kann aber nicht ohne weiteres von einer Kennzeichnungsschwäche der Widerspruchsmarke in Bezug auf die vorliegend relevanten Dienstleistungen der Klassen 38 und 45 ausgegangen werden. Mit dem Erinnerungsprüfer ist zwar davon auszugehen, dass der vorliegend maßgebliche allgemeine Verkehr in der Widerspruchsmarke naheliegend einen Hinweis auf „kosmisch“ erkennen wird, da diesem Begriff in seiner Bedeutung „das Weltall betreffend“ bzw. „im Weltall herrschend/stattfindend“ im Kontext von esoterischen, astrologischen Dienstleistungen - wie sie die Widerspruchsmarke zu Klasse 45 beansprucht - eine durchaus zentrale Bedeutung zukommt. Allerdings beschreibt dieser Begriff nicht unmittelbar Merkmale und Eigenschaften der jeweiligen Dienstleistungsprodukte, sondern beschränkt sich auf eine vage Andeutung,

aus kosmischen Konstellationen bzw. Energien oder Ähnlichem persönlich relevante Informationen abzuleiten.

Letztlich kann diese Frage aber offen bleiben. Denn auch wenn man zugunsten der Inhaberin der angegriffenen Marke dem Begriff „kosmisch“ in Bezug auf die vorliegend relevanten Dienstleistungen einen beschreibenden Sinn- und Aussagegehalt zuweist, so dass die Widerspruchsmarke sowohl bei den Dienstleistungen der Klasse 45, als auch bei den Telekommunikationsdienstleistungen der Klasse 38 - zu denen nach dem Verständnis des Verkehrs neben der rein technischen Komponente auch die inhaltliche Bereitstellung und Übermittlung von Informationen gehört (vgl. dazu BPatG 30 W (pat) 548/14 v. 16. Juni 2016 - DRIVE & TRACK, veröffentlicht auf der Internetseite des BPatG) - lediglich über eine eingeschränkte Kennzeichnungskraft verfügen würde, besteht zwischen den Vergleichsmarken aus den nachfolgenden Gründen eine Verwechslungsgefahr in Bezug auf die vorliegend relevanten Dienstleistungen der Klassen 38 und 45.

4. Von Bedeutung dafür ist, dass die Vergleichszeichen eine jedenfalls durchschnittliche Zeichenähnlichkeit aufweisen.

Bei der Beurteilung der Zeichenähnlichkeit ist grundsätzlich vom jeweiligen Gesamteindruck der einander gegenüberstehenden Zeichen auszugehen (vgl. z. B. BGH GRUR 2013, 833, Nr. 45 - Culinaria/Villa Culinaria; GRUR 2012, 1040, Nr. 25 - pjur/pure; GRUR 2012, 930, Nr. 22 - Bogner B/Barbie B; GRUR 2012, 64, Nr. 15 - Maalox/Melox-GRY; GRUR 2010, 729, Nr. 23 - MIXI). Dabei ist von dem allgemeinen Erfahrungssatz auszugehen, dass der Verkehr eine Marke so aufnimmt, wie sie ihm entgegentritt, ohne sie einer analysierenden Betrachtungsweise zu unterwerfen. Die Frage der Ähnlichkeit sich gegenüberstehender Zeichen ist nach deren Ähnlichkeit in Klang, (Schrift-)Bild und Sinngehalt zu beurteilen, weil Marken auf die mit ihnen angesprochenen Verkehrskreise in klanglicher, bildlicher und begrifflicher Hinsicht wirken (vgl. EuGH GRUR 2006, 413, Nr. 19 -ZIRH/SIR; GRUR 2005, 1042, Nr. 28 - THOMSON LIFE; GRUR Int. 2004,

843, Nr. 29 - MATRATZEN; BGH GRUR 2015, 1009 Nr. 24 - BMW-Emblem; GRUR 2010, 235, Nr. 15 - AIDA/AIDU; GRUR 2009, 484, Nr. 32 - METROBUS; GRUR 2006, 60, Nr. 17 - coccodrillo; GRUR 2004, 779, 781 - Zwilling/Zweibrüder). Dabei genügt für die Annahme einer Verwechslungsgefahr regelmäßig bereits die hinreichende Übereinstimmung in einer Richtung (st. Rspr. vgl. z. B. BGH GRUR 2015, 1009, Nr. 24 - BMW-Emblem; GRUR 2015, 1114, Nr. 23 - Springender Pudel; GRUR 2010, 235, Nr. 18 - AIDA/AIDU m. w. N.; vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 11. Aufl. § 9 Rdn. 254 m. w. N.). Abzustellen ist dabei auf die Wahrnehmung des angesprochenen Durchschnittsverbrauchers, der eine Marke regelmäßig in ihrer Gesamtheit erfasst und nicht auf die verschiedenen Einzelheiten achtet (vgl. BGH GRUR 2016, 283 Rn. 37 - BioGourmet m. w. N.).

Ausgehend davon kommen sich entgegen der Auffassung der Inhaberin der angegriffenen Marke beide Marken jedenfalls im Klangbild so nahe, dass eine mittlere (durchschnittliche) Zeichenähnlichkeit nicht verneint werden kann.

Die die sich gegenüberstehenden Wörter **Cosima** und **KOSMICA** besitzen eine identische, das Gesamtklangbild maßgeblich beeinflussende Vokalfolge „O-I-A“; sie stimmen weiterhin in der Silbenzahl, den Konsonanten „S“ und „M“ sowie im Anlaut, welcher auch bei der angegriffenen Marke sprachregelgerecht wie „K“ artikuliert wird, überein. Im Verhältnis zu diesen erheblichen Übereinstimmungen stellen die Abweichungen im Anlaut der Endsilbe („-ma“ bzw. „-KA“) sowie im Wortinnern kein ausreichendes Gegengewicht dar, um ein sicheres Auseinanderhalten der Markenwörter in klanglicher Hinsicht zu ermöglichen. Zwar hat die „vertauschte“ Position der Buchstaben „I“ und „M“ im Wortinnern der Markenwörter zur Folge, dass der Vokal „O“ bei der Widerspruchsmarke, bei der er sich mit dem nachfolgenden Konsonanten „S“ zu einer Silbe verbindet, kurz ausgesprochen wird („KOSS“), während dieser Vokal bei der angegriffenen Marke, als Endlaut der ersten Silbe („Co-“) eher gedehnt gesprochen wird; jedoch tritt der dadurch bewirkte Unterschied insbesondere im Sprech- und Betonungsrhythmus gegenüber dem insbesondere durch den übereinstimmenden Wortanfang sowie der identi-

schen Vokalfolge geprägten Gesamtklangbild beider Markenwörter nicht so deutlich hervor, um für eine hinreichende klangliche Differenzierung beider Marken zu sorgen. Ebenso wird die konsonantische Abweichung im Anlaut der Endsilben beider Markenwörter („-m(a)“ bzw. „-(C)A“) durch die sie umgebende übereinstimmende klangtragende Vokalfolge „i-a“ überlagert und ist daher ebenfalls nicht geeignet, einem weitgehenden Gleichklang beider Marken maßgeblich entgegenzuwirken. Durch diese gegenüber den weitreichenden klanglichen Zeichenübereinstimmungen eher geringfügigen Unterschiede wird der Klangeindruck beider Marken daher insgesamt nicht so prägnant beeinflusst, dass ein Verhören mit hinreichender Sicherheit ausgeschlossen werden kann. Dies gilt umso mehr, als die Vergleichszeichen im Verkehr nicht gleichzeitig nebeneinander aufzutreten pflegen, sondern ein Vergleich aufgrund eines undeutlichen Erinnerungsbildes erfolgt (vgl. u. a. EuGH GRUR Int. 1999, 734 Tz. 26 - Lloyd; BGH GRUR 2000, 506 - ATTACHÉ/TISSERAND; GRUR 2003, 1047 - Kellogg`s/ Kelly`s).

Die Übereinstimmungen im Klangbild beider Marken werden auch nicht durch eine Sinnverschiedenheit der sich gegenüberstehenden Bezeichnungen „neutralisiert“ oder zumindest reduziert. So fehlt es bei der Widerspruchsmarke angesichts der in dieser enthaltenen bloßen Anspielung auf die Begriffe „kosmisch; Kosmos“ schon an einem insoweit erforderlichen sofort und ohne weiteres erfassbaren Sinngehalt (vgl. dazu Ströbele/Hacker, a. a. O., § 9 Rdnr. 291). Auf Seiten der angegriffenen Marke verhält es sich zwar insoweit anders, als es sich bei **Cosima** um einen durchaus bekannten Frauennamen handelt. Zudem kann auch in rechtlicher Hinsicht grundsätzlich nicht ausgeschlossen werden, dass lediglich der Sinn- und Bedeutungsgehalt einer der gegenüberstehenden Marken zu einer die Unterscheidbarkeit erleichternden Abgrenzung der Zeichen beitragen kann (vgl. dazu Ströbele/Hacker, a. a. O., § 9 Rn. 294). Jedoch kann der Sinngehalt einer Marke einer Verwechslungsgefahr mit einer anderen Marke nur entgegenwirken, sofern letztere vom Verkehr deutlich anders als die erstgenannte wahrgenommen wird, da im Falle eines angesichts weitgehender Überschneidungen und Gemeinsamkeiten beider Zeichen ohne weiteres möglichen Verhörens bei

mündlicher Wiedergabe bzw. Übermittlung der begriffliche Anklang gerade nicht erfasst bzw. bemerkt wird (vgl. Ströbele/Hacker, a. a. O., § 9 Rn. 295 m. w. N.).

5. Bei dieser Sachlage kann in der Gesamtabwägung auch unter Zugrundelegung einer unterdurchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke eine Verwechslungsgefahr zwischen beiden Marken jedenfalls insoweit nicht verneint werden, als diese sich bei identischen Dienstleistungen begegnen können, wie es vorliegend nach der Registerlage der Fall ist.

B. Hinsichtlich der Kosten des Beschwerdeverfahrens verbleibt es bei der gesetzlichen Regelung des § 71 Abs. 1 S. 2 MarkenG, da Billigkeitsgründe für die Auferlegung der Kosten auf einen Beteiligten weder vorgetragen worden noch sonst ersichtlich sind. Der Kostenantrag der Markeninhaberin war daher zurückzuweisen.

III.

Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Beschluss steht den am Beschwerdeverfahren Beteiligten das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde zu. 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 einzulegen.

Dr. Hacker

Dr. Meiser

Merzbach

Pr