



BUNDESPATEENTGERICHT

30 W (pat) 48/16

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 30 2012 033 226

hat der 30. Senat (Marken- und Design-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 13. Dezember 2018 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Prof. Dr. Hacker sowie der Richter Merzbach und Dr. Meiser

beschlossen:

Die Beschwerde des Widersprechenden wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Wort-/Bildmarke

DENTIQUA

ist am 4. Juni 2012 angemeldet und am 10. September 2012 unter der Nummer 30 2012 033 226 in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Register eingetragen worden für Waren und Dienstleistungen der

„Klasse 5: Pharmazeutische Erzeugnisse und Präparate für die Gesundheitspflege; Zahnfüllmittel und Abdruckmassen für die zahnärztlichen Zwecke; Materialien zur Herstellung von Brücken, Kronen, Implantaten und Prothesen für zahnärztliche Zwecke

Klasse 10: Chirurgische, zahnärztliche Instrumente, Zähne, Diagnosegeräte für zahnärztliche Zwecke, Ultraschallgeräte

Klasse 44: Ärztliche Versorgung; Gesundheits- und Schönheitspflege; Dienstleistungen eines Zahnarztes; zahnmedizinische Dienstleistungen; Beratung auf dem Gebiet der Gesundheitsvorsorge“.

Gegen diese Marke, deren Eintragung am 12. Oktober 2012 veröffentlicht wurde, hat der Inhaber der am 28. April 2006 angemeldeten und am 14. Juli 2006 eingetragenen Wortmarke 306 27 528

Dentia

die für die Waren und Dienstleistungen der

„Klasse 35: Einzelhandelsdienstleistungen im Bereich der Körper- und Schönheitspflegeprodukte, Dental- und Zahnpflegeprodukte, insbesondere Zahnpflege- und Zahnputzmittel, medizinische und nichtmedizinische Mundwasser, Zahnbürsten, einschließlich Zahnzwischenraumbürsten und elektrischen Zahnbürsten, Zahnstocher, Zahnseide, Mundduschen, pharmazeutische und medizinische Erzeugnisse für die Mund- und Zahnpflege, insbesondere Arzneimittel für zahnärztliche Zwecke, Haftmittel für Zahnprothesen, Kautschuk für zahnärztliche Zwecke und Mittel zum Erleichtern des Zahnens

Klasse 40: Dienstleistungen eines zahntechnischen Laboratoriums

Klasse 44: medizinische Dienstleistungen, insbesondere Dienstleistungen eines Zahnarztes und einer Zahnklinik; Gesundheits- und Schönheitspflege für Menschen, insbesondere im Dentalbereich“

Schutz genießt, am 14. November 2012 Widerspruch, beschränkt auf die Dienstleistungen der Klasse 44 der angegriffenen Marke, erhoben.

Mit Eingabe vom 2. April 2013 hat die Markeninhaberin die Benutzung der Widerspruchsmarke bestritten.

Der Widersprechende hat darauf mit Schriftsatz vom 12. Juni 2013 Unterlagen zur Glaubhaftmachung einer rechtserhaltenen Benutzung vorgelegt und geltend gemacht, dass jedenfalls die von der Widerspruchsmarke in den Klassen 40 und 44 beanspruchten Dienstleistungen für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr zu berücksichtigen seien.

Mit Beschluss vom 8. April 2016 hat die mit einem Beamten des höheren Dienstes besetzte Markenstelle für Klasse 44 des Deutschen Patent- und Markenamtes den Widerspruch zurückgewiesen, da keine Verwechslungsgefahr nach § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG bestehe.

Zur Begründung ist ausgeführt, zwar könnten sich die Vergleichszeichen bei unterstellter rechtserhaltender Benutzung der Widerspruchsmarke teilweise bei identischen sowie teilweise auch bei hochgradig ähnlichen Dienstleistungen begegnen. Auch weise die Widerspruchsmarke eine durchschnittliche Kennzeichnungskraft auf, ohne dass die lediglich in der englischen Fachsprache vereinzelt nachweisbare Verwendung von „dentia“ (als Fachwort für „Zahnen“, insbesondere in „dentia praecox“) geeignet wäre, zu einer Schwächung der Kennzeichnungskraft zu führen. Jedoch bestehe zwischen den Vergleichszeichen keine hinreichende Zeichenähnlichkeit, so dass die Annahme einer Verwechslungsgefahr bereits aus diesem Grunde ausscheide. Schriftbildlich unterschieden sich die Zeichen bereits in der Länge (acht bzw. sechs Buchstaben), zudem sei der Einschub der zusätzlichen Buchstaben „QU“ im Schriftbild der angegriffenen Marke **DENTIQUA** prägnant erkennbar und führe zu einer deutlichen Abweichung am Zeichenende. In klanglicher Hinsicht bestehe ebenfalls ein ausreichender Abstand zwischen den Vergleichszeichen. In der angegriffenen Marke werde die Buchstabenfolge „QU“ wie „kw“ gesprochen, was zugleich dazu führe, dass das vorangestellte „T“ als solches gesprochen und verstanden werde; zudem ergebe sich eine Unterteilung

in drei deutlich unterscheidbare Silben [DENN-TIH-KWA]. Dagegen führe die Endung „-ia“ in der Widerspruchsmarke dazu, dass das vorangehende „t“ als dem „z“ ähnlicher Zischlaut ausgesprochen werde; zudem würden die Vokale „i“ und „a“ zu einem Laut verschmelzen [DENN-TSIA], so dass das Widerspruchszeichen nicht als dreisilbig aufgefasst werden könne. Auch in begrifflicher Hinsicht bestünden keine relevanten Übereinstimmungen, da sich zwar in beiden Marken das Element „Dent“ als Stamm für die Markenbildung erkennen ließe, die weiteren Markenelemente jedoch eine deutliche Abwandlung bewirkten und sich die Art der Abwandlung auch deutlich unterscheidete. Insgesamt lägen zwischen den Vergleichsmarken damit deutliche Abweichungen am Zeichenende vor, die auch deshalb so gewichtig seien, weil der übereinstimmende Zeichenanfang auf den bekannten beschreibenden Begriff „dental“ Bezug nehme.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde des Widersprechenden.

Er hat mit der Beschwerdebegründung weitere Unterlagen zur Glaubhaftmachung der rechtserhaltenden Benutzung vorgelegt und vorgetragen, entgegen der Auffassung der Markenstelle lasse sich eine Verwechslungsgefahr insbesondere in klanglicher Hinsicht nicht verneinen. Große Teile des Verkehrs würden die Widerspruchsmarke so benennen, wie sie ihnen gegenübertrete, nämlich „DENTIA“ mit einem gesprochenen „t“, nicht mit einem - wie von der Markenstelle angenommen - „z-ähnlichen“ Zischlaut. Die angegriffene Marke werde der Verkehr überwiegend wie „DENTIKA“ aussprechen und nicht etwa wie „DENTIKWA“. Denn der Verkehr sei aus zahlreichen Wortbildungen - wie „Mannequin“, „Enquete-Kommission“ - daran gewöhnt, dass die Buchstabenfolge „QU“ als „k“ ausgesprochen werde. Vor diesem Hintergrund unterschieden sich die Vergleichszeichen klanglich nur durch einen wenig prägnant zwischen der Wortmitte und dem Wortende angeordneten Konsonanten „k“, während sie in der Vokalfolge (E-I-A), der phonetischen Wortlänge und in allen sechs Buchstaben der Widerspruchsmarke einschließlich deren Abfolge identisch seien. Unzutreffend sei der Vortrag der Markeninhaberin, wonach der Verkehr der ersten Silbe beider Vergleichsmar-

ken „Dent-“ nur mit geringer Aufmerksamkeit begegnen werde. Es handele sich im vorliegenden Fall um zwei abgeschlossene, jeweils aus einem Einwort bestehende Marken, die vom Verkehr nicht zergliedert wahrgenommen würden. Insgesamt sei daher Verwechslungsgefahr gegeben.

Der Widersprechende beantragt,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 44 vom 8. April 2016 aufzuheben und wegen des Widerspruchs aus der Marke 306 27 528 die Löschung der angegriffenen Marke 30 2012 033 226 für die Dienstleistungen der Klasse 44 anzuordnen.

Die Markeninhaberin beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie hält an der Einrede der Nichtbenutzung fest. Die von dem Widersprechenden vorgelegten Unterlagen seien lückenhaft und belegten allenfalls eine firmenmäßige Benutzung des Widerspruchszeichens, nicht aber eine rechtserhaltende Benutzung als Marke. Im Übrigen verteidigt die Markeninhaberin den angefochtenen Beschluss der Markenstelle. Entgegen der Auffassung des Widersprechenden werde die angegriffene Marke nicht als „DENTIKA“, sondern vielmehr als „DENTIKWA“ ausgesprochen. Auch sei der in beiden Marken vorhandene, von lateinisch „dens, dentis“ (der Zahn) abgeleitete Bestandteil „Dent-“ im vorliegenden Dienstleistungszusammenhang unmittelbar beschreibend, so dass der Verkehr ihm nur mit geringer Aufmerksamkeit begegnen werde, was einer Verwechslungsgefahr zusätzlich entgegenwirke.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg, da zwischen den Vergleichsmarken keine Verwechslungsgefahr im Sinne des § 9 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG besteht. Daher hat die Markenstelle den Widerspruch aus der Marke 306 27 528 zu Recht zurückgewiesen (§ 43 Abs. 2 S. 2 MarkenG).

1. 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 Verwechslungsgefahr 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).

Ausgehend von den vorgenannten Grundsätzen besteht zwischen den Vergleichszeichen keine unmittelbare Verwechslungsgefahr i. S. d. § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG.

2. Auf die zulässig erhobene Nichtbenutzungseinrede hat der Widersprechende eine rechtserhaltende Benutzung für beide Zeiträume nach § 43 Abs. 1 Satz 1 und Satz 2 MarkenG (Oktober 2007 bis Oktober 2012 und Dezember 2013 bis Dezember 2018) für „Dienstleistungen eines Zahnarztes“ und „Gesundheits- und Schönheitspflege für Menschen, nämlich im Dentalbereich“ glaubhaft gemacht.

Hinsichtlich des Umfangs der Benutzung enthalten die eidesstattlichen Versicherungen des Inhabers der Widerspruchsmarke, Herrn Dr. T..., vom 7. Juni 2013 und vom 29. Mai 2016 Jahresmindestumsatzzahlen für die Jahre 2008 bis 2015 in Höhe von ... € (für zahnärztliche Dienstleistungen) und von ... € (für Dienstleistungen im Bereich der Gesundheits- und Schönheitspflege im Dentalbereich), was die Ernsthaftigkeit der Benutzung für beide Benutzungszeiträume belegt. Die Form der Benutzung in Zusammenhang mit diesen Dienstleistungen ist glaubhaft gemacht durch die Angaben in den eidesstattlichen Versicherungen in Verbindung mit den vorgelegten Unterlagen (u. a. mit Fotografien von Praxis- und Werbeschildern, einem Auszug des Internetauftritts der Praxis sowie Werbedrucksachen). Demnach wurde die Praxis für Zahnheilkunde des Widersprechenden bereits seit ca. dem Jahr 2000 unter der Kennzeichnung „DENTIA“ betrieben, wobei die Widerspruchsmarke nicht alleine auf dem Praxischild, einem Werbeschild außerhalb der Praxis sowie auf der Eingangstür angebracht war und ist, sondern auch im Rahmen des Internetauftritts der Praxis sowie einer zu den Akten gereichten Werbebroschüre („Patienten-Information“) zur Kennzeichnung der genannten Dienstleistungen verwendet wurde.

Der Einwand der Markeninhaberin, wonach die Unterlagen „lediglich eine Benutzung als Firmenangabe“ wiedergeben würden, greift demgegenüber nicht durch. Geht es - wie vorliegend - um die Beurteilung der Frage, ob ein Zeichen für Dienstleistungen markenmäßig benutzt worden ist, ist zu beachten, dass bei Dienstleistungen anders als bei Waren eine körperliche Verbindung zwischen dem Zeichen und dem Produkt nicht möglich ist; als markenmäßige Benutzungshand-

lungen kommen daher grundsätzlich nur die Anbringung des Zeichens am Geschäftslokal sowie eine Benutzung auf Gegenständen, die bei der Erbringung der Dienstleistung zum Einsatz kommen, wie u.a. auf Geschäftsbriefen und -papieren, Rechnungen oder Werbedrucksachen in Betracht (BGH GRUR 2017, 914, Rn. 46 - Medicon-Apotheke/MediCo Apotheke). Im Bereich der Dienstleistungsmarken gehen daher firmen- und markenmäßige Benutzung oft so ineinander über, dass eine firmenmäßige Verwendung zugleich auch als markenmäßige Benutzungshandlung zu bewerten sein kann (vgl. BGH GRUR 2008, 616, Rn. 13 - Akzenta; BGH GRUR 2017, 914 Rn. 46 – Medicon-Apotheke/MediCo Apotheke; Ströbele/Hacker/Thiering, MarkenG, 12. Aufl., § 26, Rn. 55 m. w. N.). Vorliegend ist der erforderliche Bezug der Benutzung der Widerspruchsmarke zu den konkreten „Dienstleistungen eines Zahnarztes“ und „Dienstleistungen im Bereich der Gesundheits- und Schönheitspflege, nämlich im Dentalbereich“ hinreichend ersichtlich, er geht etwa aus dem Internetauftritt der „DENTIA Praxis für Zahnheilkunde“ sowie der unter derselben Kennzeichnung vertriebenen Werbeproschüre („Patienten-Information“), wobei hier auch ausdrücklich Dienstleistungen der „Zahnästhetik“ (also der Schönheitspflege im Dentalbereich) beworben werden, hervor, so dass der Verkehr ersehen kann, auf welche konkreten Dienstleistungen sich der Kennzeichengebrauch bezieht. Für die rechtserhaltende Benutzung unschädlich sind dabei die Schreibweise von „DENTIA“ in Majuskeln (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering, a. a. O., § 26 Rn. 199), die Verwendung der glatt beschreibenden Zusätze „Praxis für Zahnheilkunde“ bzw. „Zentrum für Zahnheilkunde“ sowie - im Rahmen der erforderlichen Gesamtbeurteilung - die Farbgebung („DENTIA“ z. T. in grüner Farbe). Die Hinzufügung von Zusätzen ist nämlich unschädlich, soweit diese - wie hier - als markenmäßig bedeutungslose, austauschbare Zutaten zu bewerten sind, denen der Verkehr keine eigene maßgebende kennzeichnende Wirkung beimisst (Ströbele/Hacker/Thiering, a. a. O., § 26 Rn. 200 m. w. N.).

Im Rahmen der Frage der Integration in Bezug auf die zugehörige oberbegriffliche Dienstleistungsangabe ist anerkanntermaßen die sog. erweiterte Minimallösung

anzuwenden, nach der zwar im Ansatz von der tatsächlich benutzten Ware oder Dienstleistung auszugehen ist, andererseits dem legitimen Interesse des Widersprechenden, das tatsächlich benutzte Produkt oder die Dienstleistung fortzuentwickeln, durch maßvolle Ausdehnung des Schutzes auf gleiche Waren und Dienstleistungen Geltung zu verschaffen ist (vgl. auch BGH GRUR 2013, 833, Rdn. 61 – Culinaria/Villa Culinaria). Danach rechtfertigt die glaubhaft gemachte Verwendung der Widerspruchsmarke **Dentia** die Anerkennung nicht des sehr weiten Oberbegriffs „medizinische Dienstleistungen“, sondern der „Dienstleistungen eines Zahnarztes“, sowie von „Dienstleistungen zur Gesundheits- und Schönheitspflege von Menschen, nämlich im Dentalbereich“.

Dass es im Übrigen, schon mangels Darlegung konkret hierauf bezogener Umsatzzahlen, an einer Glaubhaftmachung der rechtserhaltenden Benutzung für die weiteren Dienstleistungen der Widerspruchsmarke in den Klassen 35 und 40 fehlt, kann im Ergebnis dahinstehen, da die Vergleichszeichen trotz (ohnein festzustellender) Dienstleistungsidentität keiner Verwechslungsgefahr unterliegen (hierzu im Folgenden, Ziffern 3. - 6.).

3. Ausgehend von den „Dienstleistungen eines Zahnarztes“ und den „Dienstleistungen zur Gesundheits- und Schönheitspflege für Menschen, nämlich im Dentalbereich“, für welche die rechtserhaltende Benutzung der Widerspruchsmarke glaubhaft gemacht ist, besteht Dienstleistungsidentität zu sämtlichen angegriffenen Dienstleistungen der Klasse 44.

Die sich gegenüberstehenden Marken beanspruchen wortgleich „Dienstleistungen eines Zahnarztes“, ferner sind die angegriffenen „zahnmedizinischen Dienstleistungen“ hierzu identisch.

Soweit die angegriffene Marke die weiten Oberbegriffe der „Ärztlichen Versorgung“ sowie der „Gesundheits- und Schönheitspflege“ beansprucht, lassen sich hierunter die „Dienstleistungen eines Zahnarztes“ sowie die „Dienstleistungen zur

Gesundheits- und Schönheitspflege von Menschen im Dentalbereich“, für die die Widerspruchsmarke rechtserhaltend benutzt ist, subsumieren.

Die schließlich noch angegriffene Dienstleistung der „Beratung auf dem Gebiet der Gesundheitsvorsorge“ ist zugleich Teil der „Dienstleistungen eines Zahnarztes“, so dass auch insoweit Identität festzustellen ist (vgl. etwa BPatG PAVIS PROMA 30 W (pat) 45/14 - med coo information quality in healthcare/MEDECO).

4. Die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke **Dentia** ist unterdurchschnittlich (zu den Graden der Kennzeichnungskraft vgl. BGH GRUR 2013, 833, Nr. 55 - Culinaria/Villa Culinaria).

Bei der Bestimmung der originären Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke ist auf den Gesamteindruck des Zeichens abzustellen. Der Verkehr neigt in der Regel nicht zu einer zergliedernden und analysierenden Betrachtung eines Zeichens (BGH GRUR 2004, 783, 784 f. - NEURO-VIBOLEX/NEURO-FIBRALEX). Dies schließt aber nicht aus, dass zunächst die einzelnen Elemente einer Marke nacheinander geprüft werden, um anschließend den durch sie hervorgerufenen Gesamteindruck zu untersuchen (BGH GRUR 2008, 505 Rn. 21 TUC-Salzcracker). Marken, die für die angesprochenen Verkehrskreise erkennbar an beschreibende Angaben angelehnt sind, verfügen nur über eine geringe Kennzeichnungskraft (BGH MarkenR 2017, 412 Rn. 19 – Medicon-Apotheke/MedicoApotheke).

Vorliegend stellt der in der Widerspruchsmarke vorangestellte Bestandteil „Dent“, wie auch das Bundespatentgericht bereits mehrfach festgestellt hat, eine gängige Abkürzung für „dental“ bzw. „Zahn-“ (vgl. z. B. „Dr. med. dent.“, Doktor der Zahnmedizin) und zugleich einen im Dentalbereich seit langem verbrauchten Markenbestandteil dar, der auch in großem Umfang produktbeschreibend eingesetzt wird, um auf die Art und den Bestimmungszweck entsprechender Waren und Dienstleistungen im Zusammenhang mit dem menschlichen Gebiss und der Pflege oder

Behandlung von Zähnen hinzuweisen (vgl. so etwa schon BPatG PAVIS PROMA 24 W (pat) 202/99 - Dent-O-Care/Dent Care; 25 W (pat) 115/05 - LUCKYDENT/Kukident; BPatG 24 W (pat) 56/11 - SENSIDEO/sensident).

Damit erschöpft sich die Widerspruchsmarke in ihrer für die Beurteilung der Kennzeichnungskraft allein maßgeblichen Gesamtheit zwar nicht in einer weit unterdurchschnittlich kennzeichnungskräftigen, letztlich schutzunfähigen Bezeichnung. Denn die Zusammenfügung des Bestandteils „Dent“ mit der Endung „-ia“ enthält in Bezug auf die relevanten Dienstleistungen jedenfalls keinen vollständig beschreibenden Aussagegehalt. Entgegen dem Vorbringen der Markeninhaberin hat der Senat auch keine hinreichenden Anhaltspunkte dafür, dass es sich bei dem Gesamtwort **Dentia** um einen im Inland etablierten und gängig beschreibend verwendeten (Fach-)Begriff handelt; eine vereinzelte Verwendung ausschließlich in der englischsprachigen Zahnmedizin (u. a. „Dentia praecox“) ohne nachweislichen Eingang in die deutsche (Fach-)Sprache reicht hierfür nicht aus.

Allerdings wird auch bei isolierter Verwendung des Begriffs **Dentia** zumindest eine allgemeine Assoziation in Bezug auf Zähne und den Dentalbereich vermittelt. Vorliegend kommt sodann noch hinzu, dass die Widerspruchsmarke ausdrücklich für „Dienstleistungen eines Zahnarztes“ bzw. für die „Gesundheits- und Schönheitspflege für Menschen im Dentalbereich“ Schutz beansprucht und benutzt wird. Werden diese Dienstleistungen mit der Widerspruchsmarke gekennzeichnet, liegt es dann aber für den allgemeinen wie auch den Fachverkehr unmittelbar nahe, dass **Dentia** auf den Tätigkeitsbereich eines „Dentisten“ bzw. Dienstleistungen im Dentalbereich hinweist.

Wenngleich danach die Widerspruchsmarke in ihrer Gesamtheit nicht schutzunfähig ist, so ist ihre originäre Kennzeichnungskraft aufgrund des im vorliegenden Dienstleistungszusammenhang festzustellenden starken beschreibenden Anklangs jedenfalls deutlich geschwächt und insgesamt als unterdurchschnittlich zu beurteilen.

Eine Überwindung dieser Kennzeichnungsschwäche bzw. sogar eine Stärkung der Kennzeichnungskraft durch intensive Benutzung wird von dem Widersprechenden schon nicht geltend gemacht, und es bestehen auch im Übrigen keine Anhaltspunkte dafür. Soweit die vorgelegten Benutzungsunterlagen sich ausschließlich auf den Betrieb einer Zahnarztpraxis in Arnsberg beziehen, reicht eine etwaige lokal erhöhte Bekanntheit, die sich aber nicht auf wesentliche Teile der Bundesrepublik Deutschland erstreckt, für die Annahme einer Steigerung der Kennzeichnungskraft nicht aus (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering, a. a. O., § 9 Rn. 173 m. w. N.; siehe auch Büscher/Dittmer/Schiwy, Gewerblicher Rechtsschutz, Urheberrecht, Medienrecht, 3. Aufl. 2015, MarkenG § 14 Rn. 275).

5. Die Zeichenähnlichkeit ist unterdurchschnittlich.

a) 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 Sinngelalt 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/Thiering, a. a. O., § 9 Rn. 268 m. w. N.).

b) Vorliegend weisen beide Markenwörter zwar bei rein formaler Betrachtungsweise weitreichende Übereinstimmungen auf, nämlich am Wortanfang („DENTI-“/„Denti-“) und im Endbuchstaben („A“/„a“), womit sämtliche sechs Buchstaben der Widerspruchsmarke in der angegriffenen Marke enthalten sind und auch die Vokalfolge (e-i-a) übereinstimmt.

Jedoch sorgt die abweichenden Buchstabenfolge „QU“ in der angegriffenen Marke für eine deutliche Abweichung sowohl im Klang - als auch im Schriftbild.

aa) Schriftbildlich bewirkt die in der angegriffenen Marke zusätzlich vorhandene Buchstabenfolge „QU“ eine deutlich abweichende Kontur sowie eine merkliche, nicht zu übersehende Zeichenverlängerung um ein Drittel. Als die Ähnlichkeit weiterhin verminderner Umstand tritt die grafische Ausgestaltung der jüngeren Marke (u.a. mit einem abgerundeten Anfangsbuchstaben D sowie dem grafisch gestalteten Buchstaben Q, wobei der verkürzte Strich den Kreis nicht durchschneidet) hinzu. In ihrer Gesamtheit unterscheiden sich die Vergleichszeichen daher im Schriftvergleich deutlich voneinander, zumal das Schriftbild von Marken erfahrungsgemäß eine genauere und in der Regel sogar wiederholte Wahrnehmung der Bezeichnung gestattet als das schnell verklingende Wort (vgl. etwa BGH GRUR 2015, 1004, Nr. 31 - IPS/ISP; Ströbele/Hacker/Thiering, a. a. O., § 9 Rn. 297 m. w. N.).

bb) Klanglich verfügt die angegriffene Marke **DENTIQUA** zusätzlich über den klangstarken Doppelkonsonanten „QU“ [kw], der im Vergleich mit der Widerspruchsmarke **Dentia** auch zu einer anderen Silbengliederung sowie einer deutlichen Abweichung in der Betonung führt.

Im Deutschen wird die Konsonantenverbindung „QU“ - gerade auch vor dem dunklen Vokal „A“ - nach den allgemeinen Sprachgewohnheiten wie „kw“ (z. B. in „Quader“, „Quadrat“, „Qual“, „Qualle“, oder auch „qua Amtes“) gesprochen (vgl. auch schon BPatG PAVIS PROMA 30 W (pat) 101/06 - PLAQUEX; 30 W (pat) 137/00 - QUALIX/QUELEX; siehe ferner EUIPO PAVIS PROMA R0657/07-1 - COMBAIR/QUOPAIR, R0505/06-1 - UNEO/QUONEO). Für eine Aussprache wie „k“ bestehen entgegen den Ausführungen des Widersprechenden, der im Übrigen ausschließlich aus dem Französischen entlehnte Wörter mit auf „qu“ folgendem hellen Vokal anführt („Mannequin, „Enquete-Kommission“), keine Anhaltspunkte.

Ausgehend hiervon wird die angegriffene Marke **DENTIQUA**, wie auch die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat, dreisilbig [DENN-TIH-KWA] benannt, wobei das Sprachgefühl eine Betonung auf der zweiten Silbe nahelegt.

Hinsichtlich der Widerspruchsmarke **Dentia** ist es dagegen nach allgemeinen Sprachgepflogenheiten sowie unter Berücksichtigung der Art der Wortbildung wahrscheinlich, dass der Konsonant „t“ vor der Vokalfolge „-ia“ als klangschwacher Laut „ts“ ausgesprochen wird, was zugleich dazu führt, dass die Buchstabenfolge „-tia“ [tsia] klanglich zu einer Silbe verschmilzt und die Widerspruchsmarke daher nicht drei-, sondern zweisilbig ausgesprochen wird [DENN-TSIA]. Dabei liegt die Betonung nach Maßgabe des deutschen Sprachgefühls auf der ersten Silbe. Gleiches würde im Übrigen auch bei einer buchstabengetreuen Aussprache gelten.

Ausgehend hiervon weisen die Vergleichszeichen deutliche Unterschiede sowohl in der Silbenanzahl als auch in der Betonung auf. Die Widerspruchsmarke mit der betonten Anfangssilbe verfügt über ein weiches Gesamtklangbild, während die Aussprache der jüngeren Marke durch die Betonung auf der zweiten Silbe und durch den zusätzlichen klangstarken Doppelkonsonanten QU [kw] geprägt ist.

cc) Die vorgenannten schriftbildlichen und klanglichen Unterschied treten umso deutlicher hervor, als der Verkehr sowohl in der angegriffenen Marke als auch in der Widerspruchsmarke das Präfix „DENT-“/„dent“ erkennen wird, das wie dargelegt vorliegend unmissverständlich auf Dienstleistungen eines „Dentisten“ und damit auf die Art der relevanten Dienstleistungen aus dem Bereich der Dentalmedizin hinweist, so dass der Verkehr diesem Bestandteil keine kennzeichnende Bedeutung zumessen wird.

c) Anhaltspunkte für eine begriffliche Zeichenähnlichkeit bestehen schon angesichts des Charakters beider Vergleichszeichen in ihrer Gesamtheit als Phantasieworte nicht. Die Übereinstimmung in dem beschreibenden, für sich schutzunfähigen Element „Dent-“ vermag aus den dargelegten Gründen eine begriffliche Verwechslungsgefahr nicht zu begründen (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering, a. a. O., § 9 Rn. 304 m. w. N.).

6. Ausgehend von einer unterdurchschnittlichen Zeichenähnlichkeit scheidet im Rahmen der Gesamtabwägung aller für die Frage der Verwechslungsgefahr maßgeblichen Faktoren unter Zugrundelegung einer unterdurchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke eine Verwechslungsgefahr auch insoweit aus, als sich die Vergleichszeichen auf identischen Dienstleistungen begegnen können.

7. 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.

III.

Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Beschluss steht dem Widersprechenden 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, Herrenstraße 45a, 76133 Karlsruhe, durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt als Bevollmächtigten schriftlich einzulegen.

Prof. Dr. Hacker

Merzbach

Dr. Meiser

prä