



# BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 550/17

---

(Aktenzeichen)

Verkündet am  
26. April 2018

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Marke 30 2014 006 047**

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 26. April 2018 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Knoll, der Richterin Kriener und des Richters Dr. Nielsen

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Markeninhaberin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 30 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 30. November 2016 in der Hauptsache aufgehoben. Der Widerspruch aus der Unionsmarke 012 077 434 wird zurückgewiesen.

**Gründe**

**I.**

Das am 29. August 2014 angemeldete Zeichen



ist am 3. Juni 2015 unter der Nummer 30 2014 006 047 für die nachfolgenden Waren der Klassen 29 und 30 als Marke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Markenregister eingetragen worden:

Klasse 29: Trockenfrüchte; Dessert- und Kuchencremes auf der Basis von Milch, Joghurt, weißem Käse und/oder Eiern, Butter, Margarine und Geschmackzutaten;

Klasse 30: Knabbergebäck; essbare Backformen aus Oblaten- und/oder Waffelteig; Backmischungen und Backhilfsmittel zur Herstellung von Gebäck; Tortencremes; Mittel zur Herstellung von Tortencremes auf der Basis von Mehl und Stärke; Stabilisatoren zur Herstellung von Füllmassen und Desserts auf der Basis von Mehl und Stärke; Mittel zur Vermeidung des Durchweichens von Obstkuchen auf der Basis von Mehl und Stärke; Backoblaten, Obstkuchenoblaten, Speiseoblaten, Essoblaten, Hostien, kleingemahlene Backoblaten und aus Backoblaten hergestellte Mehle oder Zwieback; Stärke und Stärkeerzeugnisse für Nahrungszwecke, nämlich Kartoffelstärkemehl, Weizenstärkemehl, Maisstärkepulver, Reisstärkepulver, Puddingpulver, Bindemittel für Speiseeis; Speiseeispulver; Mehl, backfertige Kuchenmehle und Kuchenmehlmischungen; Hefe; Backpulver; Backaromen ausgenommen ätherische Öle; Backgewürze; essbare Dekorationsartikel auf der Basis von Mehl- und Stärke-Produkten, Ess-Oblaten, Zucker oder Süßungsmittel und/oder Marzipan zur Verzierung und Verschönerung von Backwaren; Backsirup; Vanille; Saucen, ausgenommen Salatsaucen; Honig; Kakao; Schokolade; Zuckerwaren; Speiseeis.

Gegen die Eintragung der am 3. Juli 2015 veröffentlichten Marke hat die Inhaberin der am 20. August 2013 angemeldeten und seit dem 15. Januar 2014 unter der Unionsmarkennummer 012 077 434 für verschiedene Waren und Dienstleistungen der Klassen 29, 30, 31, 35 und 43 eingetragenen Unionsmarke



Widerspruch erhoben. Der gegen alle von der angegriffenen Marke beanspruchten Waren gerichtete Widerspruch wird nur auf die nachfolgenden Waren der Widerspruchsmarke gestützt:

Klasse 29: Fleisch, Fisch, Geflügel und Wild; Fleischextrakte; Konserviertes, tiefgekühltes, getrocknetes und gekochtes Obst und Gemüse; Gallerten (Gelees), Konfitüren, Kompotte; Eier; Milch und Milchprodukte; Speiseöle und -fette; Konserviertes, getrocknetes und gekochtes Obst und Gemüse; Vegetarische Lebensmittel aus Speiseölen und -fetten, tiefgekühlte vegetarische Lebensmittel, vegetarische Wurst; Essbare Gelees hergestellt aus Milch und pflanzlichen Produkten; Soja- und milcheiweißhaltige Nahrungsmittelpräparate; Aus Milchprodukten hergestellte Nahrungsmittel; Aus Milch zubereitete Nahrungsmittel; Desserts aus Gemüse; Fertiggerichte, vorwiegend aus Gemüse;

Klasse 30: Kaffee, Tee, Kakao, Zucker, Reis, Tapioka, Sago, Kaffeeersatzmittel; Mehle und Getreidepräparate, Brot, feine Backwaren und Konditorwaren, Speiseeis; Honig, Melasse, Sirup; Hefe, Backpulver; Salz, Senf; Essig, Soßen (Würzmittel); Gewürze; Kühleis; Soßen für Vegetarier; Soßen aus Gemüse; Getränke auf der Basis von Kaffee und Tee für Vegetarier; Nahrungsmittel aus Soja; Sojasauce.

Die Markenstelle für Klasse 30 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschluss einer Beamtin des gehobenen Dienstes vom 30. November 2016 eine Verwechslungsgefahr im Sinne von § 125b Nr. 1 MarkenG, § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG i. V. m. § 42 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zwischen den sich gegenüberstehenden Zeichen bejaht und die Löschung der angegriffenen Marke angeordnet. Zur Begründung ist ausgeführt, dass die angegriffene Marke bei durchschnittlicher Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke und hochgradiger, bis zur Identität reichender Ähnlichkeit der Vergleichswaren den erforderlichen Zeichenabstand nicht mehr einhalte. Dabei sei auch zu berücksichtigen, dass es sich bei den jeweils beanspruchten Produkten um preisgünstige Güter des täglichen Bedarfs handle, bei deren Erwerb der Verbraucher im Allgemeinen keine besondere Sorgfalt walten lasse. Entgegen der Auffassung der Inhaberin der jüngeren Marke sei die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke originär durchschnittlich, da im Zusammenhang mit dem Zeichenbestandteil „vegit“ beschreibende Anklänge allenfalls zu erahnen seien. Der Verkehr betrachte Zeichen nicht analysierend, so dass die Widerspruchsmarke als normal kennzeichnungskräftiges Fantasiewort wahrgenommen werde. Anhaltspunkte für eine durch intensive Benutzung gesteigerte Kennzeichnungskraft seien nicht vorgetragen worden und auch sonst nicht ersichtlich. Die Vergleichszeichen könnten sich auf identischen bzw. hochgradig ähnlichen Waren begegnen. Beim Vergleich der Zeichen stünden sich in klanglicher Hinsicht die Wörter „veggie“ und „vegit“ gegenüber. Zunächst sei auch vorliegend von dem Erfahrungssatz auszugehen, dass bei aus Wort- und Bildbestandteilen bestehenden Marken der Wortbestandteil den Gesamteindruck präge, weil dieser die einfachste Möglichkeit biete, die Marke zu benennen. Weiterhin stünden die Bildbestandteile der sich gegenüberstehenden Zeichen bei unbefangener Betrachtung nicht im Vordergrund, sondern seien lediglich schmückende Ausgestaltungen. Darüber hinaus sei die Abbildung einer Kochmütze im Zusammenhang mit Lebensmitteln verbraucht, so dass der Bildbestandteil der älteren Marke schon deswegen nicht geeignet sei, diese eindeutig zu bezeichnen oder gar zu prägen. Auch die grafische Ausgestaltung der angegriffenen Marke in Form eines Herzens als Hintergrund des Wortbestandteils und eines Herzens anstelle des i-Punktes

sei hinreichend verbraucht und nicht für die Benennung des Zeichens geeignet. Dem stehe auch nicht entgegen, dass es sich bei dem Wortbestandteil des jüngeren Zeichens „veggie“ um eine glatt beschreibende und somit an sich schutzunfähige Angabe handle. Zur Eintragung sei das prioritätsjüngere Zeichen unter diesen Umständen allenfalls aufgrund des Zusammenspiels der Wort- und Bildbestandteile und des damit einhergehenden Gesamteindrucks gelangt. Soweit die Inhaberin der angegriffenen Marke darauf verweise, dass es schutzunfähigen Elementen einer kombinierten Marke im Allgemeinen bereits aus Rechtsgründen an der Eignung mangle, den Gesamteindruck einer Marke zu prägen und dass Zeichen, die sich in einer beschreibenden oder sonst schutzunfähigen Angabe erschöpften, nicht gegen jüngere Marken vorgehen könnten, die dieselbe schutzunfähige Angabe enthielten, führe dies zu keiner anderen Beurteilung, da der Widerspruch – wie oben dargelegt – aus einer normal kennzeichnungskräftigen Marke erfolgt sei. Zudem sei es nicht ausgeschlossen, einem schutzunfähigen Element der jüngeren Marke eine prägende Stellung beizumessen, wenn gerade dieses Element durch die Gestaltung der Gesamtmarke dem Verkehr als das dominierende Element nahegebracht werde, was hier aufgrund der optischen Dominanz des Wortbestandteils „veggie“ auch der Fall sei. Die sich entscheidungserheblich gegenüberstehenden Markenwörter „veggie“ und „vegit“ seien in der für das Klangbild entscheidenden Zahl der Silben sowie in der Abfolge der Vokale identisch. Der Konsonant „t“ am Wortende der Widerspruchsmarke sei in klanglicher Hinsicht zwar nicht unbeachtlich. Er wirke sich aber insgesamt weder auf den Sprechrhythmus aus, noch bewirke er eine Umprägung des klanglichen Gesamteindrucks. Soweit Teile des Verkehrs die erste Silbe der angegriffenen Marke wie „wetsch“ aussprächen, gelte für die Widerspruchsmarke nichts anderes, die gleichfalls wie „wetschit“ ausgesprochen werden könne. Damit wiesen die Zeichen in klanglicher Hinsicht einen erheblichen Ähnlichkeitsgrad auf, der für die Bejahung der Verwechslungsgefahr ausreiche.

Hiergegen wendet sich die Markeninhaberin mit ihrer Beschwerde. Sie macht geltend, dass das DPMA keinen konkreten Vergleich der sich gegenüberstehen-

den Waren anstelle, sondern lediglich pauschal und oberflächlich eine Identität bzw. hochgradige Ähnlichkeit behauptete. Weiterhin seien die sich gegenüberstehenden Zeichen nicht verwechselbar ähnlich. Das DPMA habe zutreffend festgestellt, dass es sich bei dem Wortbestandteil der jüngeren Marke „veggie“ um eine die beanspruchten Waren glatt beschreibende und somit an sich schutzunfähige Angabe handle. Es habe jedoch im Weiteren fehlerhaft angenommen, dass die glatt beschreibende Bedeutung des Wortbestandteils „veggie“ nicht verhindern könne, dass dieser in der angegriffenen Marke eine selbständige kennzeichnende Stellung einnehme. Das DPMA verkenne insoweit, dass es bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr zweier Marken, die einen gemeinsamen beschreibenden Bestandteil enthielten, unbeachtlich sei, ob dieser in der angegriffenen Marke oder in der Widerspruchsmarke zu finden sei. Bei einer mehrteiligen Marke, die sich an eine beschreibende Angabe anlehne, könne dieser beschreibende Bestandteil nicht für sich genommen kollisionsbegründend sein. Vielmehr könne insoweit nur auf die Bestandteile der zu vergleichenden Marken abgestellt werden, welche jeweils deren Schutzfähigkeit begründeten. Diese seien bei der angegriffenen Marke die grafischen Elemente, nämlich ein Herz an Stelle eines i-Punkts sowie die Verwendung eines Herzens als Hintergrund des Wortbestandteils. Diese Bildbestandteile fänden aber in der Widerspruchsmarke keinerlei Entsprechung. Zudem sei die Widerspruchsmarke wegen des deutlich abgesetzten Wortbestandteils „it“, der vom Verkehr ohne Weiteres als englischer Begriff im Sinne von „es“ verstanden werde, eine erkennbare Abwandlung der beschreibenden Bezeichnung „veggie“, wodurch sie sich von der jüngeren Marke deutlich unterscheide. Schließlich sei selbst bei einem isolierten Vergleich der Wortbestandteile in klanglicher Hinsicht keine ausreichende Zeichenähnlichkeit feststellbar. Der Endkonsonant der Widerspruchsmarke „t“ werde deutlich und hart ausgesprochen. Zudem werde die Widerspruchsmarke aufgrund der beiden grafisch deutlich voneinander abgesetzten Bestandteile „veg“ und „it“ wie „vetsch - it“ gesprochen.

Die Markeninhaberin beantragt,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 30 des DPMA vom 30. November 2016 in der Hauptsache aufzuheben und den Widerspruch aus der Unionsmarke 012 077 434 zurückzuweisen.

Die Widersprechende beantragt,

die Beschwerde der Markeninhaberin zurückzuweisen.

Sie ist der Auffassung, dass bei durchschnittlicher Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke und hochgradiger Warenähnlichkeit bzw. Warenidentität die angegriffene Marke den erforderlichen Zeichenabstand nicht mehr einhalte und somit die Verwechslungsgefahr zu bejahen sei. Beim Vergleich der Zeichen stünden sich in klanglicher Hinsicht die Wörter „veggie“ und „vegit“ kollisionsbegründend gegenüber. Selbst ein schutzunfähiger Bestandteil einer angegriffenen Wort/Bildmarke, wie hier das Wort „veggie“, könne prägende und damit kollisionsbegründende Wirkung haben, wenn dieser Bestandteil zwar vom Verkehr als beschreibend erkannt, aufgrund der besonderen grafischen Gestaltung jedoch als das dominierende Element wahrgenommen werde, weil weitere schutzfähige Bestandteile in der zusammengesetzten Marke fehlten. Die grafische Ausgestaltung der angegriffenen Marke in Form eines Herzens als Bildhintergrund bzw. eines Herzens an Stelle des i-Punktes sei hinreichend verbraucht, so dass der Verkehr den Wortbestandteil der angegriffenen Marke als dominierend bzw. prägend wahrnehmen werde. Nachdem im Übrigen selbst schwach unterscheidungskräftige Bestandteile einer älteren Marke eine Verwechslungsgefahr begründen könnten, müsse dies erst recht gelten, wenn die ältere Marke – wie hier vorliegend – über durchschnittliche Kennzeichnungskraft verfüge und die angegriffene Marke den kennzeichnungsschwachen Zeichenbestandteil der älteren Marke mit geringen Unterschieden übernehme. Der Verbraucher werde in diesem Fall annehmen, dass die Unterschiede zwischen den Zeichen eine Variation in der Art

der Waren widerspiegeln oder auf Marketingabwägungen beruhen, ohne eine unterschiedliche betriebliche Herkunft zum Ausdruck zu bringen.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den angefochtenen Beschluss der Markenstelle für Klasse 30, die Schriftsätze der Beteiligten, den Ladungszusatz des Senats vom 23. März 2018, das Protokoll der mündlichen Verhandlung vom 26. April 2018 und den weiteren Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die nach § 64 Abs. 6 Satz 1 MarkenG i. V. m. § 66 Abs. 1 Satz 1 MarkenG zulässige Beschwerde der Markeninhaberin hat auch in der Sache Erfolg. Zwischen der angegriffenen Wort/Bildmarke



und der älteren Widerspruchsmarke



besteht im Zusammenhang mit den beschwerdegegenständlichen Waren keine Verwechslungsgefahr nach §§ 125b Nr. 1, 42 Abs. 2 Nr. 1, 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG, so dass der Beschluss Markenstelle aufzuheben und der Widerspruch zurückzuweisen waren, § 43 Abs. 2 Satz 2 MarkenG.

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. 41 ff. m. w. N.). Darüber hinaus können für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr weitere Faktoren relevant sein, 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. Gemessen an diesen Maßstäben wird die angegriffene Marke auch im Zusammenhang mit hochgradig ähnlichen Waren und den daraus folgenden, eher strengen Anforderungen an den Markenabstand diesen in jeder Hinsicht gerecht, selbst wenn man berücksichtigt, dass der Verkehr den jeweiligen Vergleichswaren keine gesteigerte Aufmerksamkeit entgegenbringt.

1. Zu Gunsten der Widersprechenden kann der Widerspruchsmarke in ihrer Gesamtheit noch eine originär durchschnittliche Kennzeichnungskraft unterstellt werden, auch wenn die einzelnen Bestandteile des Zeichens für sich genommen kennzeichnungsschwach sind. Der Wortbestandteil „vegiti“ lehnt sich ohne Weiteres erkennbar an den Begriff „vegetarisch“ an, der im Zusammenhang mit allen beanspruchten Waren zumindest einen engen beschreibenden Bezug herstellt. Gleiches gilt für den Bildbestandteil der Widerspruchsmarke, bestehend aus einer stilisierten Kochmütze und zwei kleinen grünen Laubblättern. Insoweit hat das DPMA zutreffend festgestellt, dass entsprechende Abbildungen im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen hinreichend verbraucht sind. Schließlich heben sich die weiteren grafischen Bestandteile des Zeichens, wie die Typografie und die Verwendung eines grünen i-Punkts im Wortbestandteil, gegenüber sonstigen werbeüblichen Gestaltungen kaum ab und treten zudem im Verhältnis zu den kennzeichnungsschwachen Wort- und Bildelementen deutlich in den Hintergrund. Insgesamt spricht daher viel dafür, dass auch die Summe der einzelnen kennzeichnungsschwachen Bestandteile nicht zu einer noch durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der älteren Marke führt, was aber im Einzelnen – wie unten unter Ziffer 3.2. ausgeführt wird – letztlich als nicht entscheidungserheblich dahingestellt bleiben kann.

2. Die Kollisionszeichen können sich teilweise auf identischen Waren begegnen. So beanspruchen z. B. die angegriffene Marke in Klasse 29 „Trockenfrüchte“ und in Klasse 30 „Backoblaten“ und die Widerspruchsmarke in Klasse 29 „getrocknetes Obst“ und in Klasse 30 „feine Backwaren“ und damit identische Waren. Welcher Grad der Ähnlichkeit im Zusammenhang mit den Vergleichswaren im Übrigen besteht, kann im Einzelnen als nicht entscheidungserheblich dahingestellt bleiben, da selbst bei identischen Waren keine Verwechslungsgefahr i. S. v. § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG besteht.

3. Selbst unter Annahme einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke hält die angegriffene Marke den zu fordernden Zeichenabstand auch im Zusammenhang mit identischen Waren in jeder Hinsicht ein, selbst dann, wenn bei einem Teil der beanspruchten Waren ein geringes Maß an Aufmerksamkeit des Verkehrs unterstellt wird.

Die Ähnlichkeit einander gegenüberstehender Zeichen ist nach deren Ähnlichkeit im (Schrift-)Bild, im Klang und im Bedeutungs- oder Sinngehalt zu beurteilen, weil Marken auf die mit ihnen angesprochenen Verkehrskreise in bildlicher, klanglicher und begrifflicher Hinsicht wirken können. Dabei genügt für die Bejahung der Zeichenähnlichkeit regelmäßig bereits die Ähnlichkeit in einem der genannten Wahrnehmungsbereiche. Bei der Beurteilung der Zeichenähnlichkeit ist auf den durch die Zeichen hervorgerufenen Gesamteindruck abzustellen, wobei insbesondere ihre unterscheidungskräftigen und dominierenden Elemente zu berücksichtigen sind (vgl. z. B. BGH GRUR 2018, 79 Rn. 37 – Oxford/Oxford Club). Abzustellen ist dabei auf die Wahrnehmung des angesprochenen Durchschnittsverbrauchers, der eine Marke regelmäßig in ihrer Gesamtheit erfasst und nicht auf die verschiedenen Einzelheiten achtet (so z. B. BGH in GRUR 2016, 283 Rn. 37 – BioGourmet m. w. N.). Vorliegend handelt es sich bei den angesprochenen Verkehrskreisen um Fach- und Endverbraucherkreise.

3.1. Soweit die Marken in ihrer Gesamtheit verglichen werden, unterscheiden sie sich aufgrund der unterschiedlichen Bildbestandteile sehr deutlich voneinander, so dass eine relevante bildliche Zeichenähnlichkeit nicht besteht. Dabei führt die Tatsache, dass das Herzsymbol als wesentliches Bildelement der angegriffenen Marke eher abgenutzt erscheint, nicht dazu, dass dieses völlig zu vernachlässigen wäre. Selbst wenn es in der Werbung und der Produktgestaltung im Zusammenhang mit Lebensmitteln häufig verwendet wird und deswegen wenig einprägsam erscheint, hat es gleichwohl keinen sachbeschreibenden Sinngehalt, so dass es keinen Grund gibt, von dem allgemeinen Erfahrungssatz abzuweichen, dass der angesprochene Verkehr die Zeichen, die ihm gegenübertreten, grundsätzlich in

ihrer Gesamtheit wahrnimmt und nur ausnahmsweise einzelnen Elementen eines Zeichens keine (herkunftshinweisende) Bedeutung zumisst.

3.2. In klanglicher Hinsicht liegt aus Rechtsgründen keine relevante Zeichenähnlichkeit vor. Ausgehend von dem allgemein anerkannten Erfahrungssatz, dass der Verkehr in klanglicher Hinsicht in der Regel dem Wort als einfachster und kürzester Bezeichnungsform die prägende Bedeutung zumisst (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering, MarkenG, 12. Aufl., § 9 Rn. 455), stehen sich insoweit die Vergleichsbezeichnungen „veggie“ (regelmäßig ausgesprochen wie „wetschi“) und „vegit“ bzw. „vegil“ gegenüber (die im Einzelfall möglicherweise auch wie „wetschit“ bzw. „wetschil“ ausgesprochen werden können). Bei der Widerspruchsmarke lässt sich wegen des in den letzten Buchstaben eingefügten Bildelements eines grünen Laubblattes nicht eindeutig feststellen, ob dieser Konsonant als „L“ oder als „T“ zu lesen ist. Die Auffassung der Markeninhaberin, wonach relevante Teil des Verkehrs die Widerspruchsmarke als Wortkombination aus „veg“ und „it“ verstünden, weshalb ein noch deutlicherer klanglicher Abstand anzunehmen sei, erscheint nicht überzeugend, da ein entsprechendes Verkehrsverständnis wohl nur bei einer analysierenden Betrachtungsweise nahe läge. Soweit der angesprochene Verkehr die Widerspruchsmarke als „vegit“ bzw. „vegil“ bezeichnet, sind die klanglichen Unterschiede markant und eine Verwechslungsgefahr schon deshalb ausgeschlossen. Auch unter Berücksichtigung des identischen Wortanfangs („ve“ bzw. „we“) und der übereinstimmenden Vokalfolge „e - i“ stellen die deutlich unterschiedlichen konsonantischen Laute in der zweiten Sprechsilbe einen noch ausreichenden Zeichenabstand her. Soweit die Widerspruchsmarke von den angesprochenen Verkehrskreisen als Abwandlung des glatt beschreibenden Begriffs „vegetarisch“ bzw. „veggie“ erkannt und dementsprechend wie „wetschit“ oder „wetschil“ ausgesprochen wird, kann ihr nur ein sehr geringer Schutzzumfang zugewilligt werden, der eine relevante Zeichenähnlichkeit ausschließt. Denn insoweit lehnen sich beide Zeichen klanglich an einen glatt beschreibenden Begriff, so dass die daraus resultierende Ähnlichkeit der Zeichen aus Rechtsgründen nicht geeignet ist, eine Verwechslungsgefahr zu begründen. Das Wort „veggie“ ist als Anglizis-

mus in den deutschen Wortschatz eingegangen und wird im inländischen Sprachgebrauch im Sinne von „vegetarisch“ benutzt und verstanden. Der Begriff ist lexikalisch nachweisbar und spätestens seit dem Bundestagswahlkampf 2013 allgemein bekannt, als die Partei „Bündnis 90/Die Grünen“ einen sogenannten „Veggie-Day“ forderte (auf die Rechercheunterlagen des Senats, die den Beteiligten mit dem Ladungszusatz vom 23. März 2018 übersandt worden sind, wird Bezug genommen). Soweit die Widerspruchsmarke an den rein beschreibenden Begriff „veggie“ angelehnt ist, erlangt sie ihre Unterscheidungskraft nur durch die abweichenden Elemente, insbesondere durch den Schlusskonsonanten „T“ oder „L“. Bei der Prüfung der Verwechslungsgefahr ist beim Vorliegen einer solchen Widerspruchsmarke nur auf diese abweichenden Elemente abzustellen, wohingegen die rein beschreibenden Elemente im Wesentlichen außer Betracht bleiben müssen (vgl. BGH GRUR 2012, 1040 Rn. 39 – pjur/pure). Auch wenn daher beide Zeichen unter bestimmten Voraussetzungen, nämlich eines bestimmten beschreibenden Verständnisses der Widerspruchsmarke und der daraus folgenden Aussprache, klanglich hochgradig ähnlich sein mögen, scheidet eine Verwechslungsgefahr insoweit aus Rechtsgründen aus. Relevante, nicht beschreibende Übereinstimmungen weisen die Zeichen in klanglicher Hinsicht nicht auf.

3.3. Soweit der angesprochene Verkehr die Widerspruchsmarke als Fantasiewort ansieht, besteht keine begriffliche Zeichenähnlichkeit. Soweit der Verkehr in dem Zeichen eine Anspielung auf den rein beschreibenden Begriff „vegetarisch“ bzw. „veggie“ erkennt, so dass die Vergleichszeichen unter Anwendung der allgemeinen Beurteilungskriterien als hochgradig ähnlich bis identisch beurteilt werden müssten, kommt auch in diesem Zusammenhang eine zur Bejahung der Verwechslungsgefahr führende begriffliche Zeichenähnlichkeit aus Rechtsgründen nicht in Betracht. Auch insoweit kann sich die ältere Marke nicht auf begriffliche Übereinstimmungen berufen, die lediglich im Zusammenhang mit schutzunfähigen Zeichenbestandteilen bestehen bzw. die warenbeschreibende Angaben darstellen.

### 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

Dr. Nielsen

Fi