

**ENTSCHEIDUNG**  
**der Zweiten Beschwerdekammer**  
**vom 9. Februar 2023**

In dem Beschwerdeverfahren R 161/2022-2

**Dream Crew IP**

10960 Wilshire Boulevard, 5th Floor  
Los Angeles, California 90024  
USA

Anmelderin / Beschwerdeführerin

vertreten durch Rechtsanwalt Yorck-Percy Tietge, Tesdorpfstraße 19, 20148 Hamburg,  
Deutschland

gegen

**Alexander Wilser GmbH**

Bergstraße 26 75053 Gondelsheim  
76646 Bruchsal  
Deutschland

Widersprechender / Beschwerdegegner

vertreten durch MEPAT Patentanwälte, Eisenlohrstr. 31, 76135 Karlsruhe, Deutschland

BESCHWERDE betreffend das Widerspruchsverfahren Nr. B 3 124 998  
(Unionsmarkenanmeldung Nr. 18 160 662)

erlässt

**DIE ZWEITE BESCHWERDEKAMMER**

unter Mitwirkung von S. Stürmann (Vorsitzender), S. Martin (Berichterstatter) und  
K. Guzdek (Mitglied)

Geschäftsstellenbeamter: H. Dijkema

die folgende

## Entscheidung

### Sachverhalt

- 1 Mit Anmeldung vom 3. Dezember 2019 beantragte die Dream Crew IP („die Anmelderin“) die Eintragung der Wortmarke

### A.W.R.

als Unionsmarke für folgende Waren:

*Klasse 25 - Bekleidungsstücke; Kleidung für geschäftliche Anlässe, nämlich, Anzüge, Jacken, Hosen, Blazer, Blusen, Hemden, Röcke, Kittel, Oberhemden; Kittel; Röcke; Kapuzensweatshirts; Jacken; Jeanshosen; Jerseykleidung; Lingerie [Wäschestücke für Damen]; Polohemden; Halstücher; Socken; Jogginghosen; Sweatshirts; T-Shirts; Krawatten; Sportkleidung; Hosen; Wämser; Yogahosen; Yoga-T-Shirts; Yoga-Oberteile, Sporthemden, Sporttrikots, Laufshorts, Laufanzüge, Allwetteranzüge, Freizeittops und -shorts; Schuhwaren; Stiefel; Turnschuhe, Joggingsschuhe; Basketballturnschuhe, Fußballschuhe; Schuhe für die Leichtathletik, Wanderschuhe, Bootsschuhe, Aerobic-Schuhe und Wanderstiefel; Kopfbedeckungen; Strickmützen, Mützen, Hüte, Schweißbänder, Kappenschirme, Bandanas [Tücher für Bekleidungs Zwecke].*

Der Anmeldung wurde der 10. März 2020 als Anmeldetag zuerkannt.

- 2 Die Anmeldung wurde am 31. März 2020 veröffentlicht.
- 3 Die Alexander Wilser GmbH („die Widersprechende“) legte am 24. Juni 2020 Widerspruch gegen die Eintragung der angemeldeten Marke für alle angemeldeten Waren ein.
- 4 Der Widerspruch stützte sich auf Artikel 8 Absatz 1 Buchstabe b UMV.
- 5 Sie machte dabei die Unionsmarke Nr. 14 054 829 für die Wortzeichen

### AW

geltend, angemeldet am 11. Mai 2015 und eingetragen am 18. März 2016

für die folgenden Waren und Dienstleistungen:

Klasse 25: *Gürtel; Bekleidungsstücke.*

Klasse 26: *Gürtelschließen, Verschlüsse [Kurzwaren], Schnallen; Gürtelschließen, Verschlüsse und Schnallen [Kurzwaren] für Bekleidungsstücke, Schuhe, Accessoires, Taschen, Rucksäcke, Hüllen für elektronische Endgeräte, Koffer, Sportartikel und Sportzubehör.*

Klasse 42: *Designdienstleistungen für Modedesign, Schmuckwaren und Juwelierwaren..*

- 6 Mit Entscheidung vom 25. November 2021 („die angefochtene Entscheidung“) gab die Widerspruchsabteilung dem Widerspruch in vollem Umfang statt und wies die Unionsmarkenanmeldung in ihrer Gesamtheit zurück. Sie stützte sich dabei insbesondere auf folgende Gründe:
- Die angefochtenen Waren seien identisch und im Übrigen ähnlich gegenüber den Waren *Bekleidungsstücke* der Widersprechenden.
  - Die Waren seien an das breite Publikum mit einer durchschnittlichen Aufmerksamkeit gerichtet.
  - Ausgehend von einem deutschsprachigen Publikum komme keinem der beiden Zeichen eine Bedeutung zu. Die im Anmeldezeichen enthaltenen Punkte verfügten über geringe Kennzeichnungskraft. Wortanfängen komme im Gesamteindruck der Zeichen eine besondere Bedeutung zu.
  - Die sich gegenüberstehenden Zeichen seien bildlich und klanglich durchschnittlich bzw. mindestens durchschnittlich ähnlich. Ein begrifflicher Vergleich sei nicht möglich und beeinflusse daher die Beurteilung der Zeichenähnlichkeit nicht.
  - Die Kennzeichnungskraft der älteren Marke sei normal ausgeprägt.
  - Die Unterschiede zwischen den Marken reichten nicht aus, um eine sichere Unterscheidung der Zeichen durch die angesprochenen Verkehrskreise zu gewährleisten. Die ältere Marke „AW“ und die angefochtene Marke „A.W.R.“ stimmten in zwei von drei Buchstaben in identischer Reihenfolge überein. Auch wenn die einzige Abweichung neben den weniger ins Gewicht fallenden Punkten in dem Buchstaben „R“ (am Zeichenende) wahrgenommen wird, führe dies entgegen dem Vortrag der Anmelderin nicht zu einer Zeichenunähnlichkeit, auch wenn es sich um kurze Zeichen handle. Bei einer Gesamtabwägung der relevanten Faktoren bestehe beim deutschsprachigen Publikum eine Verwechslungsgefahr.
- 7 Die Anmelderin erhob am 24. Januar 2022 Beschwerde und beantragte, die angefochtene Entscheidung aufzuheben. Am 26. März 2022 ging die Beschwerdebegründung beim Amt ein. Ergänzend hat sie sich mit einer weiteren Stellungnahme vom 18. Juli 2022 zur Beschwerdeerwiderung der Widersprechenden geäußert.
- 8 Mit Schriftsätzen vom 25. Mai 2022 und vom 8. August 2022 nahm der Widersprechende Stellung und beantragte, die Beschwerde zurückzuweisen.

### **Vortrag und Argumente der Beteiligten**

- 9 Die Argumente der Anmelderin in der Beschwerdebegründung können wie folgt zusammengefasst werden:
- Das Anmeldezeichen sei ein Akronym, das „All Wrongs Reserved“ bedeute.

- Die Widerspruchsabteilung sei zu Unrecht davon ausgegangen, dass den Wortanfängen der Streitzeichen eine höhere Aufmerksamkeit zuteil werde. Nach der Rechtsprechung sei dies bei Kurzzeichen nicht der Fall.
  - Bei Kurzzeichen genügten ferner geringe Abweichungen zur zuverlässigen Unterscheidung der Zeichen.
  - In dem in Rede stehenden Bekleidungssektor komme es vorrangig auf den visuellen Eindruck des Publikums an.
  - Die Streitzeichen seien in Anbetracht der gegebenen Unterschiede, einschließlich der nur im Anmeldezeichen vorhandenen Punkte, bildlich nicht ähnlich.
  - Das Anmeldezeichen „A.W.R.“ werde als Akronym erkannt und wiedergegeben. Der Buchstabe „R“, der in weiten Teilen Deutschlands auffallend gerollt werde, werde hörbar artikuliert. Dagegen werde die ältere Marke „AW“ als Wort und nicht als Abfolge von selbständigen Buchstaben gelesen.
  - Eine Verwechslungsgefahr sei bei der gebotenen Gesamtwürdigung aller Umstände zu verneinen.
- 10 Die Argumente des Widersprechenden in der Stellungnahme zur Beschwerdebegründung können wie folgt zusammengefasst werden:
- Der Widersprechende schließt sich der Begründung der angefochtenen Entscheidung an.
  - Insbesondere sei davon auszugehen, dass beide Zeichen als Sequenz von Buchstaben artikuliert würden. Jedenfalls liege es nahe, dass beide Zeichen derselben Bekleidungsreihe angehörten.
  - Buchstabenfolgen seien keine üblichen Wörter mit Kurzzeichencharakter. Sie verfügten nicht über eine Bedeutung.
  - Bei Buchstabenfolgen reiche eine Abweichung in nur einem Buchstaben nicht aus, um die Ähnlichkeit der Zeichen zu verneinen. Bedeutsam sei auch, dass die Streitzeichen in der Sequenz „AW“ ein gemeinsames Element aufwiesen.

### **Entscheidungsgründe**

- 11 Die zulässige Beschwerde ist unbegründet. Zu Recht wurde im angegriffenen Beschluss das Vorliegen einer Verwechslungsgefahr zwischen den streitbefangenen Marken nach Artikel 8 Absatz 1 Buchstabe b UMSV festgestellt und auf dieser Grundlage die Zurückweisung der Anmeldung ausgesprochen.

*Artikel 8 Absatz 1 Buchstabe b UMV*

- 12 Die angemeldete Marke ist gemäß Artikel 8 Absatz 1 Buchstabe b UMV i. V. m. Artikel 42 Absatz 5 UMV zurückzuweisen, wenn wegen ihrer Ähnlichkeit mit der älteren Marke und der Identität oder Ähnlichkeit der durch beiden Marken erfassten Waren für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen in dem Gebiet besteht, in dem die ältere Marke Schutz genießt.
- 13 Eine Verwechslungsgefahr nach Artikel 8 Absatz 1 Buchstabe b UMV liegt vor, wenn das Publikum glauben kann, dass die betreffenden Waren aus demselben Unternehmen oder gegebenenfalls aus wirtschaftlich miteinander verbundenen Unternehmen stammen (11/11/1997, C-251/95, Sabèl, EU:C:1997:528, § 16-18; 29/09/ 1998, C-39/97, Canon, EU:C:1998:442, § 30).
- 14 Das Vorliegen einer Verwechslungsgefahr für das Publikum ist unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls umfassend zu beurteilen (11/11/1997, C-251/95, Sabèl, EU:C:1997:528, § 22).

*Warenvergleich*

- 15 Die Warenverzeichnisse der Streitmarken lauten wie folgt:

|           | Ältere Unionsmarke<br>(beschränkt auf Kl. 25) | Angegriffene Marke  |
|-----------|---|---|
| Klasse 25 | <i>Gürtel;<br/>Bekleidungsstücke.</i>         | <i>Bekleidungsstücke; Kleidung für geschäftliche Anlässe, nämlich, Anzüge, Jacken, Hosen, Blazer, Blusen, Hemden, Röcke, Kittel, Oberhemden; Kittel; Röcke; Kapuzensweatshirts; Jacken; Jeanshosen; Jerseykleidung; Lingerie [Wäschestücke für Damen]; Polohemden; Halstücher; Socken; Jogginghosen; Sweatshirts; T-Shirts; Krawatten; Sportkleidung; Hosen; Wämser; Yogahosen; Yoga-T-Shirts; Yoga-Oberteile, Sporthemden, Sporttrikots, Laufshorts, Laufanzüge, Allwetteranzüge, Freizeittops und -shorts; Schuhwaren; Stiefel; Turnschuhe, Joggingschuhe; Basketballturnschuhe, Fußballschuhe; Schuhe für die Leichtathletik, Wanderschuhe, Bootsschuhe, Aerobic-Schuhe und Wanderstiefel; Kopfbedeckungen; Strickmützen, Mützen, Hüte, Schweißbänder,</i> |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  |  | <i>Kappenschirme, Bandanas [Tücher für Bekleidungs Zwecke].</i> |
|--|--|---|

- 16 Zwischen den von beiden Marken beanspruchten bzw. eingetragenen Waren besteht Identität, soweit die Anmeldung sich auf *Bekleidungsstücke* insgesamt oder auf die konkret benannten Bekleidungsstücke bezieht. Diese Waren sind entweder wörtlich identisch oder von der Eintragung der älteren Marke für *Bekleidungsstücke* umfasst, so dass es sich insoweit markenrechtlich um identische Waren handelt (07/09/2006, T-133/05, Pam-Pim's Baby-Prop, EU:T:2006:247, § 299).
- 17 Auch die in der Anmeldung weiter beanspruchten Waren *Schuhwaren; Stiefel; Turnschuhe, Joggingschuhe; Basketballturnschuhe, Fußballschuhe; Schuhe für die Leichtathletik, Wanderschuhe, Bootsschuhe, Aerobic-Schuhe* und *Wanderstiefel* weisen, wie die Anmelderin in der Beschwerdebegründung auch nicht gerügt hat, eine zumindest durchschnittliche Ähnlichkeit gegenüber den *Bekleidungsstücken* der älteren Marke auf. Die genannten Schuhwaren dienen, wie Bekleidungsstücke, vor allem dazu, den Körper zu bedecken, zu schützen oder zu schmücken. Im Übrigen werden Bekleidungsstücke und Schuhe in denselben Verkaufsstellen vermarktet, auch in spezialisierteren Geschäften. Zudem werden diese Waren häufig von denselben Unternehmen entworfen und hergestellt (10/09/2008, T-96/06, ex ä, EU:T:2008:330, § 26 ff.; 19/04/2016, T-198/14, 100% Capri / CAPRI (fig.), EU:T:2016:222, §§ 59 ff.).
- 18 Eine mindestens durchschnittliche Ähnlichkeit weisen ferner die für die angegriffene Marke beanspruchten *Kopfbedeckungen* und *Mützen* gegenüber *Bekleidungsstücken* auf. Diese Warengruppen können neben der gemeinsamen Zweckrichtung und einer abgestimmten äußeren Gestaltung sogar stofflich aus demselben Material hergestellt werden.

#### *Relevantes Publikum*

- 19 Im Rahmen der Prüfung des Vorliegens einer Verwechslungsgefahr ist auf die Wahrnehmung des angemessen aufmerksamen und umsichtigen Durchschnittsverbrauchers der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen (22/06/1999, C-342/97, Lloyd Schuhfabrik, EU:C:1999:323, § 26).
- 20 Wie die Widerspruchsabteilung unwidersprochen und zutreffend ausgeführt hat, richten sich die fraglichen identischen oder ähnlichen Waren hauptsächlich an das allgemeine Publikum. Bekleidungsstücke und die weiteren Waren der Anmeldung umfassen Waren, die in Qualität und Preis stark variieren können. Regelmäßig handelt es sich um Waren des täglichen Bedarfs, deren Auswahl das Publikum mit durchschnittlicher Aufmerksamkeit vorzunehmen pflegt (07/07/2005, T-385/03, Biker Miles, EU:T:2005:276, § 29; 26/03/2015, T-581/13, Royal County of Berkshire POLO CLUB (Abb.) / BEVERLEY HILLS POLO CLUB u. a., EU:T:2015:192, § 34).
- 21 Nachdem die ältere Marke eine Unionsmarke ist, kommt es im Streitfall auf das Vorliegen einer Verwechslungsgefahr im Gebiet der Europäischen Union an.

*Vergleich der Zeichen*

22 Gegenstand des Verfahrens sind die folgenden Zeichen:

|                           |                               |
|---------------------------|-------------------------------|
| <b>AW</b>                 | <b>A.W.R.</b>                 |
| <i>Ältere Unionsmarke</i> | <i>Angefochtene Anmeldung</i> |

- 23 Bei der Beurteilung der Ähnlichkeit der Marken in Schriftbild, Klang und Bedeutung ist auf den Gesamteindruck abzustellen, den die Marken hervorrufen, wobei insbesondere die kennzeichnungskräftigen und dominierenden Elemente zu berücksichtigen sind. Dabei kommt es darauf an, wie die Marke auf den Durchschnittsverbraucher dieser Art von Waren oder Dienstleistungen wirkt. Der Durchschnittsverbraucher nimmt eine Marke regelmäßig als Ganzes wahr, ohne sie oder ihre Teile einer Analyse zu unterziehen (22/06/1999, C-342/97, Lloyd Schuhfabrik, EU:C:1999:323, § 25; 06/10/2005, C-120/04, Thomson Life, EU:C:2005:594, § 28).
- 24 Zwei Zeichen sind im Sinne von Artikel 8 Absatz 1 Buchstabe b UMV ähnlich, wenn sie aus der Sicht des relevanten Publikums hinsichtlich eines oder mehrerer relevanter Aspekte mindestens teilweise übereinstimmen (vgl. 17/12/2009, T-490/07, R.U.N., EU:T:2009:522, § 47).
- 25 Wie ausgeführt, ist – in Anbetracht der Natur der älteren Marke als eine Unionsmarke – für die Frage des Vorliegens einer Verwechslungsgefahr auf das gesamte Unionsgebiet abzustellen. Der Tatbestand nach Artikel 8 Absatz 1 Buchstabe b UMV ist indessen bereits dann erfüllt, wenn seine Voraussetzungen nur in einem Teil der Europäischen Union erfüllt sind (vgl. 18/09/2008, C-514/06 P, Armafoam, EU:C:2008:511, § 57; 14/09/2017, T-103/16, Alpenschmaus (fig.) / ALPEN et al, EU:T:2017:605, § 27).
- 26 Insofern ist es nicht zu beanstanden, dass die Widerspruchsabteilung ihrer Prüfung aus Gründen der Verfahrensökonomie zunächst lediglich die Wahrnehmungsperspektive des deutschsprachigen Publikums zugrunde gelegt hat. Nachdem insofern eine Verwechslungsgefahr zwischen den Streitzeichen festgestellt wurde, kam es bei dieser Sachlage nicht mehr auf andere Sprachräume in der EU an.
- 27 Der Ausrichtung der Prüfung auf ein deutschsprachiges Publikum folgt auch die Kammer, wenngleich der klangliche Abstand zwischen den Zeichen in anderen Sprachräumen möglicherweise sogar noch geringer ist (etwa im Englischen mit der auffälligen Artikulation des Buchstaben „W“ – Double U).
- 28 Das angemeldete Wortzeichen „A.W.R.“ hat aus Sicht des deutschsprachigen Publikums keine Bedeutung. Nachdem den drei Buchstaben jeweils ein Punkt angefügt ist, wird das Publikum annehmen, dass die Buchstaben als Abkürzung für

Namen oder andere Wörter stehen und es sich bei dem Zeichen daher insgesamt um ein Akronym handelt. Allerdings wird der deutschsprachige Durchschnittsverbraucher bei unmittelbarer, nicht-analytischer Rezeption des Zeichens nicht wissen und auch nicht ermitteln können, welche Bedeutung das Zeichen hat. Die Formulierung „All Wrongs Reserved“ ist auch keine geläufige englischsprachige Wendung, sondern, wie die Anmelderin selbst vorbringt, ein neues Wortspiel, für dessen Bekanntheit im deutschen Sprachraum keinerlei Anhaltspunkte bestehen. Auch andere Bedeutungen des Zeichens drängen sich dem Publikum nicht auf.

- 29 Die ältere Unionsmarke „AW“ besteht aus den beiden Großbuchstaben „A“ und „W“. Die Kombination der beiden Buchstaben hat weder im Deutschen noch im Grundwortschatz einer geläufigen Fremdsprache eine Bedeutung, weder als eigenes Wort noch als Abkürzung. Nach dem allgemeinen Sprachempfinden wird das Zeichen als Abfolge der beiden selbständigen Buchstaben „A“ und „W“ begriffen, die jeweils für einen nicht erkennbaren Namensbestandteil oder einen anderen unbekanntem Begriff stehen können. Das Zeichen „AW“ hat im Deutschen nicht nur keine Bedeutung. Es entzieht sich auch einer verbundenen Aussprache als ein Wort. Für dieses Verständnis als Kombination selbständiger Buchstaben spricht auch die in der einschlägigen Branche verbreitete Übung, Marken oder andere Kennzeichen aus den Initialen von Personennamen zu bilden (etwa Calvin Klein (CK) oder Dolce & Gabbana (D&G)).

#### *Bildlicher Vergleich*

- 30 Bildlich stimmen die Zeichen in Bezug auf die Buchstaben „AW\*“ überein. Die ältere Marke besteht ausschließlich aus diesen Buchstaben. Im Anmeldezeichen folgen sie an der ersten und zweiten Buchstabenstelle aufeinander.
- 31 Die Zeichen unterscheiden sich in dem zusätzlichen Buchstaben „R“ sowie in der Aufnahme der Punkte in der angefochtenen Anmeldung „A.W.R.“.
- 32 Zu beachten ist im Kontext der Prüfung der Ähnlichkeit der Zeichen, dass Verbraucher nur selten die Möglichkeit haben, einen direkten Vergleich zwischen den verschiedenen Marken vorzunehmen. Sie müssen sich daher regelmäßig auf den unvollkommenen Eindruck verlassen, den sie von dem Zeichen in Erinnerung behalten haben. Ein Kunde, der sich für die fraglichen Waren interessiert, ist eher geneigt, Zeichen zu vermengen, wenn er sich auf den Erinnerungseindruck verlassen muss und sich daher nicht in allen Einzelheiten an ein Zeichen erinnern kann, das er bereits in anderem Zusammenhang wahrgenommen hat (22/06/1999, C-342/97, Lloyd Schuhfabrik Meyer, EU:C:1999:323, § 26; 21/11/2013, T-443/12, ancotel, EU:T:2013:605, § 54).
- 33 Die beiden Streitmarken mit drei bzw. zwei Buchstabenkomponenten sind durchaus als Kurzzeichen in dem Sinn anzuerkennen, dass alle einzelnen Zeichenbestandteile auch bei einer intuitiven, normal aufmerksamen Wahrnehmung erfasst werden. Deswegen ist davon auszugehen, dass die Streitzeichen aufgrund ihrer geringen Länge in ihrer Gesamtheit einschließlich im hinteren Wortbereich grundsätzlich rasch und klar erfasst werden. Es ist auch davon auszugehen, dass Kurzzeichen in der Regel auch einen im Vergleich zu längeren Zeichen schärferen Erinnerungseindruck hinterlassen (09/12/2020, T-



190/20, Almea (fig.) / Mea, EU:T:2020:597, § 39; 20/06/2019, T-389/18, WKU / WKA et al., EU:T:2019:438, § 59).

- 34 Andererseits ist festzuhalten, dass das maßgebliche Erinnerungsbild der – zumal nur durchschnittlich aufmerksamen Verbraucher – auch bei Kurzzeichen unvollkommen ausfallen wird (vgl. 22/05/2012, T-371/09, RT, EU:T:2012:244, § 37).
- 35 Im Rahmen des Vergleichs der Zeichen auf der Grundlage des unvollkommenen Erinnerungsbild des Publikums ist überdies zu beachten, dass die Buchstabenfolge der älteren Marke „AW“ vollständig und insbesondere in exakt der Reihenfolge der älteren Marke im Anmeldezeichen enthalten ist (09/12/2020, T-190/20, Almea (fig.) / Mea, EU:T:2020:597, § 33; 06/11/2014, T-463/12, MB, EU:T:2014:935, § 110 f.). Diese Übereinstimmung hat beachtliches Gewicht, zumal sie einen erheblichen Umfang des Anmeldezeichens bildet.
- 36 In diesem Zusammenhang ist auch nicht von der Hand zu weisen, dass die Anordnung gerade der identischen Buchstaben „AW“ am Anfang des Anmeldezeichens ein beachtliches Gewicht hat (vgl. 22/05/2012, T-371/09, RT, EU:T:2012:244, § 37; 06/11/2014, T-463/12, MB, EU:T:2014:935, § 109), mag diese Effekt bei Kurzzeichen auch gegenüber mittellangen oder langen Zeichen reduziert sein. Durch die Anordnung am Anfang des Anmeldezeichens trifft ein Verbraucher, der die ältere Marke in Erinnerung hat, nämlich unmittelbar, wenn er das Anmeldezeichen wahrnimmt, auf exakt die Buchstabenfolge, die die ältere Marke bildet, und nicht erst in einem späteren Stadium nach Rezeption von Buchstaben, die in der älteren Marke nicht enthalten sind und daher zunächst von ihr wegführen. Es ist unter diesen Umständen ohne weiteres naheliegend, dass das Publikum die ältere Marke im Anmeldezeichen zu erkennen glaubt.
- 37 Weder der weitere Buchstabe „R“, der das Schriftbild im Gesamteindruck nur geringfügig erweitert, noch die im Anmeldezeichen enthaltenen Punkte, die äußerlich unauffällig sind und vor allem inhaltlich nur den Akronym-Charakter des Anmeldezeichens unterstreichen, den das Publikum auch der älteren Marke zuschreibt, lassen eine sichere Abgrenzung zu (29/02/2012, T -77/10 & T-78/10, L112, EU:T:2012:95, § 100; 29/08/2011, R 2040/10-1, V K ./ V.I.K., § 20).
- 38 Die Kammer geht daher, wie bereits die Widerspruchsabteilung, von einer durchschnittlichen bildlichen Ähnlichkeit der Streitzeichen aus.

#### *Klangliche Ähnlichkeit*

- 39 In klanglicher Hinsicht ist nach der Lebenserfahrung davon auszugehen, dass die im Anmeldezeichen enthaltenen Punkte regelmäßig nicht artikuliert werden. Sie bedingen, dass die Buchstaben in jedem Fall als solche gesprochen werden.
- 40 Der vordere und mittlere Teil des Anmeldezeichens entspricht klanglich vollständig dem Anmeldezeichen. Ungeachtet der Kürze der Zeichen bedeutet die vollständige Aufnahme der älteren Marke in den Anfang des Anmeldezeichens auch in dieser Hinsicht, dass das Publikum, wenn es sich unvollkommen an die ältere Marke erinnert, sofort und ohne Ablenkung durch andere Zeichen am Anfang des Anmeldezeichens auf dieses Buchstabenpaar stößt und durch die vollständige

Übereinstimmung in beiden Buchstaben der älteren Marke darin bestärkt wird, dass es sich um die ältere Marke handeln kann.

- 41 Der dritte Buchstabe „R“ hat durch die Kurzzeichenqualität zwar ein gewisses Gewicht, er tritt unter den genannten Umständen im Gesamteindruck für das durchschnittlich aufmerksame Publikum aber nicht ausreichend hervor, um eine sichere Abgrenzung zuzulassen. In der konkreten Gestaltung ist auch davon auszugehen, dass die Betonung eher am Wortanfang des Anmeldezeichens liegt. Zudem ist der Vokal „A“ auch klangstärker als die folgenden Laute, die E-Laute (im Deutschen gesprochen [ve:] und [ʔɛr]) enthalten.
- 42 Die Bewertung der Widerspruchsabteilung, dass jedenfalls auch eine durchschnittliche klangliche Ähnlichkeit zwischen den Streitzeichen besteht, ist daher nicht zu beanstanden. Zugunsten der Anmelderin wird eine durchschnittliche Ähnlichkeit angenommen.

#### *Begriffliche Ähnlichkeit*

- 43 Wie ausgeführt, hat keines der beiden Zeichen für das Publikum im deutschsprachigen Raum der EU eine Bedeutung. Da ein begrifflicher Vergleich nicht möglich ist, beeinflusst der begriffliche Aspekt die Beurteilung der Zeichenähnlichkeit nicht.

#### *Kennzeichnungskraft*

- 44 Eine durch Benutzung gesteigerte Kennzeichnungskraft hat der Widersprechende nicht geltend gemacht.
- 45 Daher ist die originäre Kennzeichnungskraft der älteren Marke maßgeblich. Nachdem der älteren Marke im deutschsprachigen Gebiet der EU vom Publikum keine und insbesondere keine produktbezogene Bedeutung zugeordnet wird (vgl. oben Randnr. 29), ist ihre Eignung nicht beschränkt, als Hinweis auf das für die in Rede stehenden Produkte verantwortliche Unternehmen hinzuweisen.
- 46 Die ältere Marke hat daher im deutschsprachigen Territorium der EU durchschnittliche (originäre) Kennzeichnungskraft.

#### *Verwechslungsgefahr*

- 47 Eine Verwechslungsgefahr für das Publikum ist umfassend zu beurteilen. Diese umfassende Beurteilung impliziert eine gewisse Wechselbeziehung zwischen den in Betracht kommenden Faktoren, insbesondere der Ähnlichkeit der einander gegenüberstehenden Zeichen und der Ähnlichkeit der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen. So kann ein geringer Grad der Ähnlichkeit zwischen diesen Waren oder Dienstleistungen durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit zwischen den Marken ausgeglichen werden und umgekehrt. Je größer die Kennzeichnungskraft der älteren Marke ist, desto größer ist die Verwechslungsgefahr, und Marken, die von Haus aus oder wegen ihrer Bekanntheit auf dem Markt eine hohe Kennzeichnungskraft besitzen, genießen

einen umfassenderen Schutz als Marken mit geringer Kennzeichnungskraft (29/09/1998, C-39/97, Canon, EU:C:1998:442, § 18).

- 48 Wie oben ausgeführt wurde, ist davon auszugehen, dass die ältere Unionsmarke eine durchschnittliche Kennzeichnungskraft besitzt.
- 49 Die Streitzeichen können sich in Ansehung des Großteils der beschwerdegegenständlichen Waren des Anmeldezeichens auf identischen und auch im Übrigen auf wenigstens durchschnittlich ähnlichen Waren begegnen. Die Anmelderin und der Widersprechende sind daher direkte Wettbewerber. Eine Koexistenz ohne Verwechslungsgefahr fordert unter diesen Umständen einen deutlichen Abstand der Zeichen.
- 50 Zwischen den Zeichen besteht – jedenfalls aus Sicht eines deutschsprachigen Durchschnittsverbrauchers – eine durchschnittliche bildliche und eine überdurchschnittliche klangliche Ähnlichkeit, während ein begrifflicher Vergleich der Zeichen nicht möglich ist.
- 51 Die Gewichtung der einzelnen Wahrnehmungsrichtungen hängt dabei vor allem von den objektiven Umständen beim Erwerb der mit der Marke gekennzeichneten Produkte ab (03/06/2009, C-394/08 P, Zipcar, EU:C:2009:334, § 59; 05/10/2017, C-437/16 P, CHEMPIOIL / CHAMPION et al., EU:C:2017:737, § 56). Selbst wenn der Anmelderin darin zu folgen wäre, dass dem bildlichen Zeichenvergleich im hier in Rede stehenden Warenbereich eine stärkere Bedeutung zukommt, wobei nach der Lebenserfahrung jedenfalls mündliche Anfragen bei Verkaufspersonal und telefonische Bestellungen, zudem Mundpropaganda im privaten Umfeld, auch eine nicht zu vernachlässigende Bedeutung haben, spielt eine stärkere Gewichtung des bildlichen Vergleichs hier im Ergebnis keine Rolle, weil die Zeichen auch in schriftbildlicher Hinsicht eine durchschnittliche Ähnlichkeit aufweisen.
- 52 Unter den gegebenen Umständen ist eine zuverlässige Unterscheidung der Zeichen durch das hier angesprochene allgemeine Publikum mit durchschnittlicher Aufmerksamkeit nicht gewährleistet. Es erscheint ohne weiteres möglich, dass die Zeichen irrig nach dem unvollkommenen Erinnerungsbild gleichgesetzt werden.
- 53 Die Entscheidung steht auch im Einklang mit der europäischen Rechtsprechung (vgl. neben den in Randnr. 36 zitierten Entscheidungen auch die Entscheidungen 28/05/2020, T-333/19, GN Genetic Nutrition Laboratories (fig.) / GNC GENERAL NUTRITION CENTERS et al., EU:T:2020:232, und 10/10/2019, T-453/18, ÖÖF (fig.) / OOFOS et al., EU:T:2019:733). Die von der Anmelderin herangezogene Entscheidung liegt demgegenüber insofern anders, als in diesem Fall einem der Zeichen („SHE“) ein – nach allgemeinen Grundsätzen verwechslungshemmender (22/06/2004, T-185/02, PICARO / PICASSO, EU:T:2004:189, § 40) – Bedeutungsgehalt zugeordnet werden konnte (23/09/2009, T-391/06, S-HE./SHE, EU:T:2009:348, § 41 ff.). Im Streitfall ist eine vergleichbare Gestaltung dagegen nicht gegeben.

**Kosten**

- 54 Gemäß Artikel 109 Absatz 1 UMV und Artikel 18 UMDV hat die Anmelderin als die unterliegende Partei die Kosten der Widersprechenden im Widerspruchs- und Beschwerdeverfahren zu tragen.
- 55 Diese bestehen aus den Kosten der Widersprechenden für einen berufsmäßigen Vertreter in Höhe von 550 EUR.
- 56 Im Widerspruchsverfahren ordnete die Widerspruchsabteilung an, dass die Anmelderin die Kosten der Widersprechenden für einen berufsmäßigen Vertreter trägt, die auf 300 EUR festgesetzt wurden, sowie die Widerspruchsgebühr in Höhe von 320 EUR. Diese Entscheidung bleibt unberührt. Der Gesamtbetrag für beide Verfahren beläuft sich somit auf 1 170 EUR.

## Tenor der Entscheidung

Aus diesen Gründen entscheidet

DIE KAMMER

wie folgt:

- 1. Die Beschwerde wird zurückgewiesen;**
- 2. Die Anmelderin trägt die Kosten der Widersprechenden im Beschwerdeverfahren, die auf 550 EUR festgesetzt werden. Der von der Anmelderin im Widerspruchs- und Beschwerdeverfahren zu erstattende Gesamtbetrag beläuft sich auf 1 170 EUR.**

Unterzeichnet

S. Stürmann

Unterzeichnet

S. Martin

Unterzeichnet

K. Guzdek

Geschäftsstellenbeamter

Unterzeichnet

H. Dijkema

