Sammlung der Rechtsprechung

URTEIL DES GERICHTS (Sechste Kammer)

4. Februar 2016*

„Gemeinschaftsmarke — Widerspruchsverfahren — Anmeldung der Gemeinschaftsbildmarke STICK MiniMINI Beretta — Ältere Gemeinschaftswortmarke MINI WINI — Relatives Eintragungshindernis — Keine Verwechslungsgefahr — Art. 8 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung (EG) Nr. 207/2009 — Art. 8 Abs. 3 der Verordnung (EG) Nr. 216/96“

In der Rechtssache T-247/14

Meica Ammerländische Fleischwarenfabrik Fritz Meinen GmbH & Co. KG mit Sitz in Edewecht (Deutschland), Prozessbevollmächtigter: Rechtsanwalt S. Labesius,

Klägerin,

gegen

Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) (HABM), vertreten durch A. Poch als Bevollmächtigte,

Beklagter,

andere Beteiligte im Verfahren vor der Beschwerdekammer des HABM und Streithelferin vor dem Gericht:

Salumificio Fratelli Beretta SpA mit Sitz in Barzanò (Italien), Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte G. Ghisletti, F. Braga und P. Pozzi,

betreffend eine Klage gegen die Entscheidung der Vierten Beschwerdekammer des HABM vom 14. Februar 2014 (Sache R 1159/2013-4) zu einem Widerspruchsverfahren zwischen der Meica Ammerländische Fleischwarenfabrik Fritz Meinen GmbH & Co. KG und der Salumificio Fratelli Beretta SpA

erlässt

DAS GERICHT (Sechste Kammer)

unter Mitwirkung des Präsidenten S. Frimodt Nielsen (Berichterstatter) sowie der Richter F. Dehousse und A. M. Collins,

Kanzler: E. Coulon,

aufgrund der am 17. April 2014 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klageschrift,

* Verfahrenssprache: Englisch.

aufgrund der am 26. August 2014 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klagebeantwortung des HABM,

aufgrund der am 12. August 2014 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klagebeantwortung der Streithelferin,

aufgrund der am 5. November 2014 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Erwiderung der Klägerin,

aufgrund der am 28. Januar 2015 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Gegenerwiderung der Streithelferin,

aufgrund des Umstands, dass keiner der Verfahrensbeteiligten binnen der Frist von einem Monat nach der Mitteilung, dass das schriftliche Verfahren abgeschlossen ist, die Anberaumung einer mündlichen Verhandlung beantragt hat, und des daher auf Bericht des Berichterstatters gemäß Art. 135a der Verfahrensordnung des Gerichts vom 2. Mai 1991 ergangenen Beschlusses, ohne mündliche Verhandlung zu entscheiden,

folgendes

Urteil

Vorgeschichte des Rechtsstreits

1 Am 22. Juni 2011 meldete die Streithelferin, die Salumificio Fratelli Beretta SpA, nach der Verordnung (EG) Nr. 207/2009 des Rates vom 26. Februar 2009 über die Gemeinschaftsmarke (ABl. L 78, S. 1) beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) (HABM) eine Gemeinschaftsmarke an.

2 Dabei handelte es sich um folgendes Bildzeichen:



3 Es wurden u. a. folgende Waren und Dienstleistungen der Klassen 29 und 43 des Abkommens von Nizza über die internationale Klassifikation von Waren und Dienstleistungen für die Eintragung von Marken vom 15. Juni 1957 in revidierter und geänderter Fassung angemeldet:

— Klasse 29: „Fleisch, Geflügel und Wild“;

— Klasse 43: „Verpflegung von Gästen (Lebensmittel)“.

4 Die Anmeldung der Gemeinschaftsmarke wurde im *Blatt für Gemeinschaftsmarken* Nr. 2011/139 vom 26. Juli 2011 veröffentlicht.

5 Am 24. Oktober 2011 erhob die Klägerin, die Meica Ammerländische Fleischwarenfabrik Fritz Meinen GmbH & Co. KG, gegen die Eintragung der angemeldeten Marke für die oben in Rn. 3 genannten Waren und Dienstleistungen Widerspruch nach Art. 41 der Verordnung Nr. 207/2009.

6 Der Widerspruch war auf die ältere Gemeinschaftswortmarke MINI WINI gestützt, die am 31. Juli 2003 angemeldet und am 2. März 2005 unter der Nr. 3297835 eingetragen wurde.

7 Die von der älteren, die Grundlage des Widerspruchs bildenden Marke erfassten Waren gehören u. a. in die Klasse 29 und entsprechen folgender Beschreibung: „Fleisch und Wurstwaren, Fleisch- und Wurstkonserven, Fisch, Geflügel und Wild, jeweils auch in verzehrfertiger, konservierter, marinierter und tiefgefrorener Form; Fleischextrakte; Gallerten (Gelees), Fleischgallerte (Gelees); Dosenfertiggerichte, hauptsächlich bestehend aus Gemüse und/oder Fleisch und/oder Pilzen und/oder Wurstwaren und/oder Schalenfrüchten und/oder Kartoffeln und/oder Sauerkraut und/oder Früchten; Gemüse- und Pilzkonserven; Zubereitungen zum Herstellen von Suppen; Gemüsenudeln; Lebensmittelkonserven, Snackartikel, auch mikrowellengeeignet; koch- oder verzehrfertig zubereitete Speisen, auch mikrowellengeeignet, hauptsächlich enthaltend Fleisch- und Wurstwaren, Fisch, Geflügel und Wild, Pilze, Gemüse, Hülsenfrüchte, Kartoffeln und/oder Sauerkraut; Hot Dogs; Wurstwaren in Teighülle; Salate“.

8 Mit dem Widerspruch wurde das relative Eintragungshindernis nach Art. 8 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009 geltend gemacht.

9 Mit Entscheidung vom 30. April 2013 gab die Widerspruchsabteilung dem Widerspruch u. a. bezüglich der in die Klasse 29 gehörenden Waren „Fleisch, Geflügel und Wild“ teilweise statt. Sie vertrat zum einen die Auffassung, dass bezüglich der Ware „Wurstwaren“ – die einzige Ware, für die die Klägerin die ernsthafte Benutzung ihrer Marke nachgewiesen habe – eine Verwechslungsgefahr zwischen den einander gegenüberstehenden Marken bestehe. Sie wies zum anderen in Bezug auf die in die Klasse 43 gehörenden Dienstleistungen den Widerspruch zurück, weil die genannten Dienstleistungen und die Ware, für die die ernsthafte Benutzung der Marke nachgewiesen worden sei, nicht ähnlich seien.

10 Am 21. Juni 2013 legte die Streithelferin gegen die Entscheidung der Widerspruchsabteilung nach den Art. 58 bis 64 der Verordnung Nr. 207/2009 beim HABM Beschwerde ein.

11 Mit Entscheidung vom 14. Februar 2014 (im Folgenden: angefochtene Entscheidung) gab die Vierte Beschwerdekammer des HABM der Beschwerde statt und hob die Entscheidung der Widerspruchsabteilung insgesamt auf.

12 Die Beschwerdekammer erklärte erstens den Antrag der Klägerin auf Abänderung der Entscheidung der Widerspruchsabteilung bezüglich der Dienstleistungen der Klasse 43 für unzulässig, weil er den Beschwerdegegenstand erweitere und nicht den Anforderungen des Art. 60 der Verordnung Nr. 207/2009 genüge. Sie war zweitens bezüglich der Waren der Klasse 29 der Auffassung, dass bei den maßgeblichen Verkehrskreisen eine Gefahr von Verwechslungen zwischen den einander

gegenüber stehenden Marken im Sinne von Art. 8 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009 nicht bestehe, insbesondere weil die Ähnlichkeit der Marken auf das beschreibende Element „mini“ beschränkt sei.

Anträge der Beteiligten

13 Die Klägerin beantragt,

— die angefochtene Entscheidung aufzuheben;

— dem HABM die Kosten aufzuerlegen.

14 Das HABM beantragt,

— die Klage abzuweisen;

— der Klägerin die Kosten aufzuerlegen.

15 Die Streithelferin beantragt,

— die Klage abzuweisen;

— die ihr entstandenen Kosten der Klägerin aufzuerlegen.

Rechtliche Würdigung

16 Die Klägerin macht zwei Klagegründe geltend, mit denen sie einen Verstoß gegen Art. 8 Abs. 3 der Verordnung (EG) Nr. 216/96 der Kommission vom 5. Februar 1996 über die Verfahrensordnung vor den Beschwerdekammern des Harmonisierungsamts für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) (ABl. L 28, S. 11) in geänderter Fassung und einen Verstoß gegen Art. 8 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009 rügt.

Zum ersten Klagegrund: Verstoß gegen Art. 8 Abs. 3 der Verordnung Nr. 216/96

17 Zunächst ist darauf hinzuweisen, dass die Streithelferin gegen die Entscheidung der Widerspruchsabteilung vor der Beschwerdekammer Beschwerde einlegte. Im Rahmen dieser Beschwerde beantragte die Klägerin als Beschwerdegegnerin in ihrer Stellungnahme die Abänderung der genannten Entscheidung in Bezug auf die Dienstleistungen der Klasse 43. Die Beschwerdekammer erklärte diesen Antrag für unzulässig.

18 Mit der vorliegenden Klage wirft die Klägerin der Beschwerdekammer vor, sie habe gegen Art. 8 Abs. 3 der Verordnung Nr. 216/96 verstoßen, indem sie ihren Antrag auf Abänderung der Entscheidung der Widerspruchsabteilung für unzulässig erklärt habe. Sie weist darauf hin, dass nach der genannten Vorschrift „[i]n mehrseitigen Verfahren … der Beschwerdegegner in seiner Stellungnahme zur Beschwerdebegründung Anträge stellen [kann], die auf die Aufhebung oder Abänderung der angefochtenen Entscheidung in einem in der Beschwerde nicht geltend gemachten Punkt gerichtet sind“, und dass „[d]erartige Anträge … gegenstandslos [werden], wenn die Beschwerde zurückgenommen wird“. Im Übrigen stehe diese Vorschrift entgegen der Auffassung, die die Beschwerdekammer in Rn. 21 der angefochtenen Entscheidung vertreten habe, nicht im Widerspruch zur Verordnung Nr. 207/2009. Schließlich hätte ihr Antrag auf Abänderung der Entscheidung der Widerspruchsabteilung, wenn er für zulässig erklärt worden wäre, materiell-rechtliche Folgen gehabt.

19 Das HABM räumt ein, dass die Beschwerdekammern Art. 8 Abs. 3 der Verordnung Nr. 216/96 unterschiedlich auslegten. Es weist das Gericht insoweit auf das Urteil vom 7. April 2011, Intesa Sanpaolo/HABM – MIP Metro (COMIT) (T-84/08, Slg, EU:T:2011:144) hin. Indes brauche diese Frage nicht entschieden zu werden, da zum einen der Antrag der Klägerin bezüglich der in Frage stehenden Dienstleistungen unbegründet sei und zum anderen die Verteidigungsrechte der Klägerin nicht verletzt worden seien.

20 Die Streithelferin macht geltend, die Beschwerdekammer habe die Verordnung Nr. 216/96 unter Berücksichtigung der Verordnung Nr. 207/2009 zutreffend ausgelegt und den von der Klägerin in ihrer Stellungnahme gestellten Antrag zu Recht für unzulässig erklärt.

21 Erstens ist festzustellen, dass entgegen den Ausführungen der Beschwerdekammer in Rn. 26 der angefochtenen Entscheidung im Wortlaut des Art. 8 Abs. 3 der Verordnung Nr. 216/96 von „Anträgen“ im Sinne von Anträgen auf Nachweis der Benutzung, auf Aussetzung oder auf Anhörung keine Rede ist.

22 Nach der Rechtsprechung ist dem Wortlaut von Art. 8 Abs. 3 der Verordnung Nr. 216/96 zu entnehmen, dass im Rahmen des Verfahrens vor der Beschwerdekammer der Beschwerdegegner sein Recht, die angefochtene Entscheidung anzugreifen, in seiner Stellungnahme ausüben kann. Damit erlaubt es ihm seine bloße Stellung als Beschwerdegegner, insbesondere die Gültigkeit der Entscheidung der Widerspruchsabteilung in Frage zu stellen. Die genannte Bestimmung beschränkt dieses Recht auch nicht auf die bereits mit der Beschwerde geltend gemachten Angriffs- und Verteidigungsmittel. Sie sieht nämlich vor, dass solche Anträge einen Punkt betreffen, der mit der Beschwerde nicht geltend gemacht worden ist. Im Übrigen nimmt diese Bestimmung nicht darauf Bezug, dass der Beschwerdegegner gegen die angefochtene Entscheidung selbst Beschwerde hätte einlegen können. Die genannte Entscheidung kann daher entweder mit einer selbständigen Beschwerde nach Art. 60 der Verordnung Nr. 207/2009 oder mit einem Antrag nach Art. 8 Abs. 3 der Verordnung Nr. 216/96 angegriffen werden (vgl. in diesem Sinne Urteil COMIT, oben in Rn. 19 angeführt, EU:T:2011:144, Rn. 23).

23 Wird, zweitens, die Zulässigkeit des von der Klägerin im Rahmen ihrer Stellungnahme gestellten Antrags bejaht, heißt dies entgegen der von der Beschwerdekammer zu Unrecht vertretenen Auffassung nicht, dass es dem Beschwerdegegner ermöglicht wird, vor der Beschwerdekammer Beschwerde zu erheben, ohne die Frist nach Art. 60 der Verordnung Nr. 207/2009 einzuhalten und ohne die Beschwerdegebühr nach dieser Vorschrift zu entrichten.

24 Dem Wortlaut von Art. 8 Abs. 3 der Verordnung Nr. 216/96 ist nämlich klar zu entnehmen, dass die Möglichkeit, Anträge zu stellen, die auf die Aufhebung oder Abänderung der angefochtenen Entscheidung in einem in der Beschwerde nicht geltend gemachten Punkt gerichtet sind, auf mehrseitige Verfahren beschränkt ist. Die Anträge sind in der Stellungnahme zu stellen, die im Rahmen der genannten Verfahren eingereicht wird. Wie die Klägerin zu Recht ausführt, sieht diese Bestimmung daher vor, dass derartige Anträge gegenstandslos werden, wenn die Beschwerde vor der Beschwerdekammer zurückgenommen wird. Für die Anfechtung einer Entscheidung der Widerspruchsabteilung ist daher die selbständige Beschwerde nach Art. 60 der Verordnung Nr. 207/2009 der einzige Weg, um mit Sicherheit die eigenen Rügen vorbringen zu können. Hieraus folgt, dass sich die Anträge, die auf die Aufhebung oder Abänderung der angefochtenen Entscheidung in einem in der Beschwerde nicht geltend gemachten Punkt im Sinne von Art. 8 Abs. 3 der Verordnung Nr. 216/96 gerichtet sind, von der Beschwerde nach Art. 60 der Verordnung Nr. 207/2009 unterscheiden. Wie die Klägerin zu Recht geltend macht, finden daher die in Art. 60 der Verordnung Nr. 207/2009 genannten Voraussetzungen auf die genannten Anträge keine Anwendung.

25 Im vorliegenden Fall ist darauf hinzuweisen, dass die Klägerin nach Art. 8 Abs. 3 der Verordnung Nr. 216/96 in ihrer Eigenschaft als Beschwerdegegnerin vor der Beschwerdekammer im Rahmen ihrer Stellungnahme fristgerecht einen Antrag stellte, der auf die Abänderung der Entscheidung der

Widerspruchsabteilung bezüglich der Dienstleistungen der Klasse 43 gerichtet war. Wie oben in den Rn. 23 und 24 dargelegt, war sie in diesem Zusammenhang überdies nicht gehalten, die Frist nach Art. 60 der Verordnung Nr. 207/2009 zu wahren und die Beschwerdegebühr nach dieser Bestimmung zu entrichten. Folglich hat die Beschwerdekammer den genannten Antrag zu Unrecht als unzulässig zurückgewiesen.

26 Was des Weiteren das Vorbringen der Klägerin und des HABM zur Stichhaltigkeit der Argumente der Klägerin bezüglich der Dienstleistungen der Klasse 43 angeht, ist zu beachten, dass die Kontrolle, die das Gericht gemäß Art. 65 der Verordnung Nr. 207/2009 ausübt, eine Kontrolle der Rechtmäßigkeit der Entscheidungen der Beschwerdekammern des HABM ist. Im Rahmen dieser Kontrolle kann das Gericht die mit der Klage angefochtene Entscheidung aufheben oder abändern, wenn zum Zeitpunkt ihres Erlasses einer der in Art. 65 Abs. 2 der genannten Verordnung aufgeführten Gründe für ihre Aufhebung oder Abänderung vorlag (Urteil vom 18. Dezember 2008, Les Éditions Albert René/HABM, C-16/06 P, Slg, EU:C:2008:739, Rn. 123). Diese ihm zustehende Abänderungsbefugnis ermächtigt das Gericht jedoch nicht, eine Frage zu beurteilen, zu der die Beschwerdekammer noch nicht Stellung genommen hat (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 5. Juli 2011, Edwin/HABM, C-263/09 P, Slg, EU:C:2011:452, Rn. 71 und 72).

27 Im vorliegenden Fall ist es daher nicht Sache des Gerichts, die Stichhaltigkeit eines Arguments zu beurteilen, das nicht von der Beschwerdekammer beurteilt worden ist.

28 Der erste Klagegrund, mit dem ein Verstoß gegen Art. 8 Abs. 3 der Verordnung Nr. 216/96 gerügt wird, greift folglich durch, so dass die angefochtene Entscheidung teilweise aufzuheben ist, soweit mit ihr der Antrag der Klägerin bezüglich der Dienstleistungen der Klasse zurückgewiesen wurde.

Zum zweiten Klagegrund: Verstoß gegen Art. 8 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009

29 Zunächst ist darauf hinzuweisen, dass der zweite Klagegrund gegen die Zurückweisung des Widerspruchs in Bezug auf die Waren der Klasse 29 gerichtet ist.

30 Die Klägerin macht im Wesentlichen geltend, die Beschwerdekammer habe zu Unrecht festgestellt, dass die Kennzeichnungskraft der älteren Gemeinschaftsmarke nicht über ein mittleres Maß hinausgehe, dass der Aufmerksamkeitsgrad der maßgeblichen Verkehrskreise durchschnittlich sei und dass eine Verwechslungsgefahr zwischen den einander gegenüberstehenden Marken nicht bestehe.

31 Das HABM und die Streithelferin treten dem Vorbringen der Klägerin entgegen.

32 Gemäß Art. 8 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009 ist die angemeldete Marke auf Widerspruch des Inhabers einer älteren Marke von der Eintragung ausgeschlossen, wenn wegen ihrer Identität oder Ähnlichkeit mit der älteren Marke und der Identität oder Ähnlichkeit der durch die beiden Marken erfassten Waren oder Dienstleistungen für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen in dem Gebiet besteht, in dem die ältere Marke Schutz genießt. Dabei schließt die Gefahr von Verwechslungen die Gefahr ein, dass die Marke mit der älteren Marke gedanklich in Verbindung gebracht wird.

33 Nach ständiger Rechtsprechung liegt Verwechslungsgefahr dann vor, wenn das Publikum glauben könnte, dass die betreffenden Waren oder Dienstleistungen von demselben Unternehmen oder von wirtschaftlich miteinander verbundenen Unternehmen stammen. Weiter ist nach der Rechtsprechung das Vorliegen von Verwechslungsgefahr umfassend, gemäß der Wahrnehmung der betreffenden Zeichen sowie der fraglichen Waren oder Dienstleistungen durch die maßgeblichen Verkehrskreise und unter Berücksichtigung aller relevanten Umstände des Einzelfalls, insbesondere der Wechselbeziehung zwischen der Ähnlichkeit der Zeichen und der der gekennzeichneten Waren oder

Dienstleistungen, zu beurteilen (vgl. Urteil vom 9. Juli 2003, Laboratorios RTB/HABM – Giorgio Beverly Hills [GIORGIO BEVERLY HILLS], T-162/01, Slg, EU:T:2003:199, Rn. 30 bis 33 und die dort angeführte Rechtsprechung).

34 Für die Anwendung von Art. 8 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009 setzt eine Verwechslungsgefahr voraus, dass eine Identität oder Ähnlichkeit zwischen den einander gegenüberstehenden Marken und eine Identität oder Ähnlichkeit der mit ihnen gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen besteht. Hierbei handelt es sich um kumulative Voraussetzungen (vgl. Urteil vom 22. Januar 2009, Commercy/HABM – easyGroup IP Licensing [easyHotel], T-316/07, Slg, EU:T:2009:14, Rn. 42 und die dort angeführte Rechtsprechung).

35 Die von der Beschwerdekammer vorgenommene Beurteilung der Gefahr von Verwechslungen zwischen den einander gegenüberstehenden Marken ist im Licht dieser Grundsätze zu prüfen.

Zu den maßgeblichen Verkehrskreisen

36 Die Klägerin ist zunächst der Auffassung, dass, da die betreffenden Waren wenig kosteten, der Aufmerksamkeitsgrad der Verkehrskreise beim Kauf gering sei. Sodann meint sie, dass die Beschwerdekammer bei ihrer Würdigung die italienischen Verkehrskreise sowie den Umstand außer Acht gelassen habe, dass der Verbraucher selten die Möglichkeit habe, die verschiedenen Marken unmittelbar miteinander zu vergleichen.

37 Nach der Rechtsprechung ist bei der umfassenden Beurteilung der Verwechslungsgefahr auf einen durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher der in Frage stehenden Art von Waren abzustellen. Außerdem ist zu berücksichtigen, dass die Aufmerksamkeit des Durchschnittsverbrauchers je nach Art der betreffenden Waren oder Dienstleistungen unterschiedlich hoch sein kann (vgl. Urteil vom 13. Februar 2007, Mundipharma/HABM – Altana Pharma [RESPICUR], T-256/04, Slg, EU:T:2007:46, Rn. 42 und die dort angeführte Rechtsprechung).

38 Wenn sich der Schutz der älteren Marke auf die gesamte Europäische Union erstreckt, ist die Wahrnehmung der einander gegenüberstehenden Marken durch den Verbraucher der fraglichen Waren oder Dienstleistungen in diesem Gebiet zu berücksichtigen. Jedoch ist eine Gemeinschaftsmarke bereits dann von der Eintragung ausgeschlossen, wenn ein relatives Eintragungshindernis im Sinne von Art. 8 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009 in einem Teil der Union vorliegt (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 14. Dezember 2006, Mast-Jägermeister/HABM – Licorera Zacapaneca [VENADO mit Rahmen u. a.], T-81/03, T-82/03 und T-103/03, Slg, EU:T:2006:397, Rn. 76 und die dort angeführte Rechtsprechung).

39 Wie das HABM zu Recht geltend macht, stellte die Beschwerdekammer zutreffend fest, dass die betreffenden Waren Konsumgüter des täglichen Gebrauchs seien und daher die maßgeblichen Verkehrskreise die Durchschnittsverbraucher der Union seien, die als durchschnittlich informiert, aufmerksam und verständig anzusehen seien (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 13. Dezember 2007, Cabrera Sánchez/HABM – Industrias Cárnicas Valle [el charcutero artesano], T-242/06, EU:T:2007:391, Rn. 38).

40 Dieses Ergebnis wird durch das Vorbringen der Klägerin nicht in Frage gestellt. Die Beschwerdekammer ließ die italienischen Verkehrskreise keineswegs unberücksichtigt. Sie befasste sich mit ihnen ausdrücklich in Rn. 39 der angefochtenen Entscheidung, wo sie darauf hinwies, dass das Wort „mini“ in der gesamten Union einschließlich Italiens als gleichbedeutend mit „klein“ verstanden werde. Auch in Rn. 45 der genannten Entscheidung stellte sie nach einem Hinweis auf das Urteil vom 22. Juni 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer (C-342/97, Slg, EU:C:1999:323), zu Recht fest, dass

sich dem Verbraucher entgegen dem Vorbringen der Klägerin nur selten die Möglichkeit biete, verschiedene Marken unmittelbar miteinander zu vergleichen, und er sich vielmehr auf das unvollkommene Bild verlassen müsse, das er von ihnen im Gedächtnis behalten habe.

41 Das Vorbringen der Klägerin zu den maßgeblichen Verkehrskreisen greift somit nicht durch.

Zum Vergleich der Waren

42 Bei der Beurteilung der Ähnlichkeit der betroffenen Waren oder Dienstleistungen sind nach ständiger Rechtsprechung alle erheblichen Faktoren zu berücksichtigen, die das Verhältnis dieser Waren oder Dienstleistungen zueinander kennzeichnen. Hierzu gehören insbesondere ihre Art, ihr Verwendungszweck und ihre Nutzung sowie ihre Eigenart als miteinander konkurrierende oder einander ergänzende Waren oder Dienstleistungen. Es können auch andere Faktoren wie beispielsweise die Vertriebswege der betreffenden Waren berücksichtigt werden (vgl. Urteil vom 11. Juli 2007, El Corte Inglés/HABM – Bolaños Sabri [PiraÑAM diseño original Juan Bolaños], T-443/05, Slg, EU:T:2007:219, Rn. 37 und die dort angeführte Rechtsprechung).

43 Im vorliegenden Fall sind alle von der angemeldeten Marke beanspruchten Waren von der älteren Marke erfasst. Folglich sind die betreffenden Waren mit den Waren der älteren Marke identisch, was auch nicht bestritten wird.

Zum Vergleich der Zeichen

44 Die Klägerin macht geltend, die in Frage stehenden dominierenden Bestandteile der Zeichen seien auf der einen Seite der Bestandteil „minimini“ bei der angemeldeten Marke und auf der anderen der Ausdruck „mini wini“ bei der älteren Marke. Die genannten Zeichen seien sehr ähnlich, da sie beide den Ausdruck „mini“ enthielten und ähnlich ausgesprochen würden, da sich an die Aussprache dieses Ausdrucks in beiden Zeichen die Aussprache der Buchstabenfolge „ini“ anschließe. Diese beiden Bestandteile bildeten bei jeder Marke einen Reim und würden daher von den maßgeblichen Verkehrskreisen leichter in Erinnerung behalten und wiedererkannt. Ferner habe die Beschwerdekammer nicht berücksichtigt, dass der Bestandteil „minimini“ wegen seiner herausragenden Größe und Stellung der zentrale Bestandteil der angemeldeten Marke sei. Schließlich könne der Buchstabe „w“ der älteren Marke vom Schriftbild her als ein umgedrehtes „m“ wahrgenommen werden.

45 Bei der umfassenden Beurteilung der Verwechslungsgefahr ist hinsichtlich der Ähnlichkeit der betreffenden Zeichen in Bild, Klang oder Bedeutung auf den Gesamteindruck abzustellen, den die Zeichen hervorrufen, wobei insbesondere ihre unterscheidungskräftigen und dominierenden Elemente zu berücksichtigen sind. Für die umfassende Beurteilung der Verwechslungsgefahr kommt es entscheidend darauf an, wie die Marken vom Durchschnittsverbraucher dieser Waren oder Dienstleistungen wahrgenommen werden. Der Durchschnittsverbraucher nimmt dabei eine Marke regelmäßig als Ganzes wahr und achtet nicht auf ihre verschiedenen Einzelheiten (vgl. Urteil vom 12. Juni 2007, HABM/Shaker, C-334/05 P, Slg, EU:C:2007:333, Rn. 35 und die dort angeführte Rechtsprechung).

46 Die Beurteilung der Ähnlichkeit zweier Marken darf sich nicht darauf beschränken, dass nur ein Bestandteil einer komplexen Marke berücksichtigt und mit einer anderen Marke verglichen wird. Vielmehr sind die fraglichen Marken jeweils als Ganzes miteinander zu vergleichen, was nicht ausschließt, dass unter Umständen ein oder mehrere Bestandteile einer zusammengesetzten Marke für den durch die Marke im Gedächtnis der maßgeblichen Verkehrskreise hervorgerufenen Gesamteindruck prägend sein können (vgl. Urteil HABM/Shaker, oben in Rn. 45 angeführt, EU:C:2007:333, Rn. 41 und die dort angeführte Rechtsprechung). Für die Beurteilung der Ähnlichkeit kann es nur dann allein auf den dominierenden Bestandteil ankommen, wenn alle anderen

Markenbestandteile zu vernachlässigen sind (Urteile HABM/Shaker, oben in Rn. 45 angeführt, EU:C:2007:333, Rn. 42, und vom 20. September 2007, Nestlé/HABM, C-193/06 P, EU:C:2007:539, Rn. 42). Das kann insbesondere dann der Fall sein, wenn schon dieser Bestandteil allein geeignet ist, das Bild der Marke, das die maßgeblichen Verkehrskreise im Gedächtnis behalten, so zu prägen, dass alle ihre übrigen Bestandteile in dem durch sie hervorgerufenen Gesamteindruck zu vernachlässigen sind (Urteil Nestlé/HABM, EU:C:2007:539, Rn. 43).

47 Außerdem ist darauf hinzuweisen, dass nach ständiger Rechtsprechung das Publikum einen beschreibenden Bestandteil einer komplexen Marke im Allgemeinen nicht als unterscheidungskräftiges und dominierendes Element des Gesamteindrucks dieser Marke ansehen wird (Urteil vom 3. Juli 2003, Alejandro/HABM – Anheuser Busch [BUDMEN], T-129/01, Slg, EU:T:2003:184, Rn. 53, vom 6. Oktober 2004, New Look/HABM – Naulover [NLSPORT, NLJEANS, NLACTIVE und NLCollection], T-117/03 bis T-119/03 und T-171/03, Slg, EU:T:2004:293, Rn. 34, und vom 7. Juli 2005, Miles International/HABM – Biker Miles [Biker Miles], T-385/03, Slg, EU:T:2005:276, Rn. 44).

– Zum visuellen Vergleich

48 Zunächst ist zu beachten, dass zur Beurteilung der Unterscheidungskraft eines Markenbestandteils seine mehr oder weniger stark ausgeprägte Eignung zu prüfen ist, dazu beizutragen, die Waren oder Dienstleistungen, für die die Marke eingetragen worden ist, als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und damit diese Waren oder Dienstleistungen von denen anderer Unternehmen zu unterscheiden. Bei dieser Beurteilung sind insbesondere die Eigenschaften des Bestandteils darauf zu prüfen, ob er in Bezug auf die Waren, für die die Marke eingetragen worden ist, beschreibend ist oder nicht (vgl. Urteil vom 13. Juni 2006, Inex/HABM – Wiseman [Darstellung einer Kuhhaut], T-153/03, Slg, EU:T:2006:157, Rn. 35 und die dort angeführte Rechtsprechung).

49 Im vorliegenden Fall ist festzustellen, dass die in Frage stehenden Zeichen beide den Ausdruck „mini“ enthalten, der ein Merkmal der betreffenden Waren bezeichnet. Nach der zutreffenden Würdigung der Beschwerdekammer in Rn. 39 der angefochtenen Entscheidung verweist dieser Ausdruck nämlich auf die geringe Größe der Waren, was die Klägerin auch nicht in Frage stellt. Der Ausdruck hat daher einen beschreibenden Anklang und ist somit weniger geeignet, dazu beizutragen, die Waren, für die die Marke eingetragen worden ist, als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen.

50 Entgegen dem Vorbringen der Klägerin wird zudem der Bestandteil „minimini“ der angemeldeten Marke nicht dadurch unterscheidungskräftiger, dass in ihm der Ausdruck „mini“ wiederholt wird. Selbst wenn nämlich, wie die Klägerin geltend macht, der genannte Bestandteil als Ganzes zu prüfen sein sollte, werden die maßgeblichen Verkehrskreise den Bestandteil als bloße Wiederholung des Ausdrucks „mini“ wahrnehmen. Diese Verkehrskreise werden in ihm daher nur einen Hinweis auf die sehr geringe Größe der betreffenden Waren sehen. Sie werden das in Rede stehende Element nicht als ein unterscheidungskräftiges Element wahrnehmen.

51 Zudem wird das Publikum einen beschreibenden Bestandteil einer zusammengesetzten Marke im Allgemeinen nicht als unterscheidungskräftiges und dominantes Merkmal des Gesamteindrucks dieser Marke ansehen. Allerdings bedeutet die geringe Kennzeichnungskraft eines Elements einer zusammengesetzten Marke nicht zwangsläufig, dass es nicht ein dominierendes Element sein kann, da es sich insbesondere durch seine Position im Zeichen oder seine Größe der Wahrnehmung des Verbrauchers aufdrängen und in sein Gedächtnis einprägen kann (vgl. in diesem Sinne Urteil Darstellung einer Kuhhaut, oben in Rn. 48 angeführt, EU:T:2006:157, Rn. 32 und die dort angeführte Rechtsprechung).

52 Es ist somit zu prüfen, ob sich das Element „minimini“ der angemeldeten Marke durch seine Größe und seine Position als dominantes Merkmal der genannten Marke aufdrängen kann.

53 Insoweit ist darauf hinzuweisen, dass eine zusammengesetzte Marke nur dann als einer anderen Marke, die mit einem ihrer Bestandteile identisch oder diesem ähnlich ist, ähnlich angesehen werden kann, wenn dieser Bestandteil das dominierende Element in dem von der zusammengesetzten Marke hervorgerufenen Gesamteindruck ist. Das ist dann der Fall, wenn dieser Bestandteil allein schon geeignet ist, das Bild dieser Marke, das die angesprochenen Verkehrskreise im Gedächtnis behalten, so zu prägen, dass alle übrigen Bestandteile der Marke in dem durch diese hervorgerufenen Gesamteindruck zu vernachlässigen sind (Urteil vom 23. Oktober 2002, Matratzen Concord/HABM – Hukla Germany [MATRATZEN], T-6/01, Slg, EU:T:2002:261, Rn. 33). Es kann daher für die Beurteilung der Ähnlichkeit nur dann allein auf den dominierenden Bestandteil ankommen, wenn alle anderen Markenbestandteile zu vernachlässigen sind.

54 Im vorliegenden Fall ist festzustellen, dass der Bestandteil „minimini“ angesichts der ihn umgebenden Wörter „stick“, „fratelli“, „beretta“, „1812“ und „gli originali“ kein dominierender Bestandteil der angemeldeten Marke im Sinne der vorstehend angeführten Rechtsprechung ist.

55 Wie die Beschwerdekammer ausgeführt hat, werden zwar die Wörter „fratelli“, „1812“ und „gli originali“ der angemeldeten Marke wegen ihrer geringen Größe die Aufmerksamkeit des maßgeblichen Publikums weniger auf sich ziehen und der Bestandteil „stick“ der genannten Marke wird beim englischsprachigen Publikum, das ihn als einen die Form der betreffenden Waren beschreibenden Bestandteil verstehen wird, in dem Gesamteindruck aufgehen.

56 Die Aufmerksamkeit des Publikums wird jedoch durch den Bestandteil „beretta“ der angemeldeten Marke erregt werden, der, anders als der Ausdruck „mini“, in den relevanten Sprachen keine Bedeutung hat. Wie die Beschwerdekammer in Rn. 41 der angefochtenen Entscheidung klargestellt hat, ist es ohne Bedeutung, dass der italienische Durchschnittsverbraucher diesen Bestandteil als einen Familiennamen erkennen kann, weil der Bestandteil in dem älteren Zeichen keine Entsprechung hat und keine Ähnlichkeit mit ihm aufweist. Zu beachten ist, dass der Bestandteil aus weißen Buchstaben in einem dunklen Oval besteht, wodurch er visuell hervorgehoben wird.

57 Somit tragen alle Bestandteile, aus denen sich die angemeldete Marke zusammensetzt, insbesondere aber der Bestandteil „beretta“, dazu bei, das Bild der Marke zu prägen, das die maßgeblichen Verkehrskreise im Gedächtnis behalten, und sind folglich nicht zu vernachlässigen. Daher ist der visuelle Vergleich der fraglichen Zeichen auf der Grundlage der Gesamtheit ihrer Bestandteile vorzunehmen und nicht nur anhand der Bestandteile „minimini“ für die angemeldete Marke und „mini wini“ für die ältere Marke.

58 Nach alledem ist die angefochtene Entscheidung insoweit zu bestätigen, als sie in Rn. 41 zu dem Ergebnis gelangt, dass die in Rede stehenden Zeichen nur eine geringe visuelle Ähnlichkeit aufweisen.

59 Selbst wenn man im Übrigen unterstellt, dass der Buchstabe „w“ der älteren Marke als ein umgedrehtes „m“ wahrgenommen werden kann, wäre dieses Vorbringen der Klägerin für den angeblich dominierenden Charakter des Bestandteils „minimini“ der angemeldeten Marke ohne Bedeutung und könnte den Grad der Ähnlichkeit der in Rede stehenden Zeichen nicht erhöhen.

– Zum klanglichen Vergleich

60 Was den klanglichen Vergleich betrifft, ist der Beschwerdekammer in ihrer Feststellung zu folgen, dass die in Rede stehenden Zeichen eine geringe Ähnlichkeit aufweisen.

61 Wie die Beschwerdekammer in Rn. 42 der angefochtenen Entscheidung festgestellt hat, ist nämlich davon auszugehen, dass das maßgebliche Publikum seine Aufmerksamkeit auf den unterscheidungskräftigeren Bestandteil „beretta“ der angemeldeten Marke richten wird und, bis zu einem gewissen Grad, auf den Bestandteil „stick“ dieser Marke, soweit dieses Publikum dessen

Bedeutung nicht versteht. Diese beiden Bestandteile haben aber in der älteren Marke keine Entsprechung. Entgegen den Ausführungen der Klägerin werden daher die in Rede stehenden Zeichen nicht gleichlautend ausgesprochen.

62 Hieraus folgt, dass die Beschwerdekammer zu Recht der Auffassung war, dass die klangliche Ähnlichkeit der in Rede stehenden Zeichen gering ist.

– Zum begrifflichen Vergleich

63 Was den begrifflichen Vergleich betrifft, war die Beschwerdekammer zu Recht der Auffassung, dass sich die in Rede stehenden Zeichen nur geringfügig ähneln, da ihnen nur den Ausdruck „mini“ gemeinsam ist, der lediglich ein Merkmal der betreffenden Waren beschreibt.

64 Folglich hat die Beschwerdekammer zu Recht eine geringe begriffliche Ähnlichkeit der fraglichen Zeichen festgestellt.

Zur Verwechslungsgefahr

65 Die Klägerin rügt, dass die Beschwerdekammer aus den von ihr vorgelegten Beweisen nicht geschlossen habe, dass die ältere Marke eine stärkere Kennzeichnungskraft habe. Auch habe sie bei ihrer Beurteilung nicht hinreichend auf den italienischen Verbraucher abgestellt. Die Klägerin ist zudem der Ansicht, dass die maßgeblichen Verkehrskreise dazu neigen würden, die angemeldete Marke zu verkürzen, wenn sie sich an die betreffenden Waren erinnerten oder sie bezeichneten. Auch würden die Wörter „stick“, „gli originali“ und „fratelli beretta 1812“ der angemeldeten Marke nicht als genauso wichtige Bestandteile wie der Bestandteil „minimini“ der genannten Marke wahrgenommen. Der letztgenannte Bestandteil sei nämlich, abgesehen davon, dass er keinen Aussagewert habe, der lesbarste Bestandteil der genannten Marke. Die Beschwerdekammer hätte ihn daher als einen Bestandteil ansehen müssen, der in dem durch die angemeldete Marke hervorgerufenen Gesamteindruck dominiere, oder zumindest seine selbständige kennzeichnende Stellung anerkennen müssen. Die Beschwerdekammer habe daher fehlerhaft eine Verwechslungsgefahr ausgeschlossen.

66 Die umfassende Beurteilung der Verwechslungsgefahr impliziert eine gewisse Wechselbeziehung der berücksichtigten Faktoren, insbesondere zwischen der Ähnlichkeit der Marken und der Ähnlichkeit der durch die Marken erfassten Waren oder Dienstleistungen. So kann ein geringer Grad der Ähnlichkeit der gekennzeichneten Waren durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Marken ausgeglichen werden und umgekehrt (Urteile vom 29. September 1998, Canon, C-39/97, Slg, EU:C:1998:442, Rn. 17, und VENADO mit Rahmen u. a., oben in Rn. 38 angeführt, EU:T:2006:397, Rn. 74).

67 Was die von der Klägerin vorgelegten Beweise betrifft, ist zu beachten, dass das Vorliegen einer überdurchschnittlichen Kennzeichnungskraft infolge der Bekanntheit einer Marke auf dem Markt notwendig voraussetzt, dass die Marke zumindest einem erheblichen Teil der maßgeblichen Verkehrskreise bekannt ist (vgl. Urteil vom 12. Juli 2006, Vitakraft-Werke Wührmann/HABM – Johnson’s Veterinary Products [VITACOAT], T-277/04, Slg, EU:T:2006:202, Rn. 34 und die dort angeführte Rechtsprechung). Im vorliegenden Fall ist der Nachweis erbracht worden, dass das maßgebliche Publikum der Verbraucher der Union ist.

68 Bei der Prüfung der Frage, ob einer Marke infolge ihrer Bekanntheit beim Publikum eine erhöhte Kennzeichnungskraft zukommt, sind alle relevanten Umstände des Falles zu berücksichtigen, also insbesondere der von der fraglichen Marke erfasste Marktanteil, die Intensität, die geografische Ausdehnung und die Dauer ihrer Benutzung, der Werbeaufwand des Unternehmens für die Marke, der Teil der beteiligten Verkehrskreise, der die Waren oder Dienstleistungen aufgrund der Marke als

von einem bestimmten Unternehmen stammend erkennt, sowie die Erklärungen von Industrie- und Handelskammern oder anderen Berufsverbänden (vgl. Urteil VITACOAT, oben in Rn. 67 angeführt, EU:T:2006:202, Rn. 35 und die dort angeführte Rechtsprechung).

69 Im vorliegenden Fall hat die Klägerin vor der Beschwerdekammer dieselben Beweise vorgelegt wie vor der Widerspruchsabteilung. Es handelt sich um folgende Beweise:

— eine Bescheinigung des Generaldirektors der Klägerin über die Absatzmengen und die Umsätze in den Jahren 2006 bis 2009;

— Kopien von Warenetiketten;

— ein Schreiben der Mediaagentur der Klägerin über die für Fernsehwerbung aufgewandten Beträge zwischen 2005 und 2009 (358 700 Euro bis 476 300 Euro, 668 bis 934 Spots jährlich);

— Werbebroschüren für Wurstwaren;

— eine CD mit Beispielen für Fernsehwerbung;

— Rechnungen und Bestellformulare für Waren, die als Wurstwaren gekennzeichnet sind und unter der Marke MINI WINI vertrieben werden;

— Bildschirm-Kopien der Internetseiten von Online-Lebensmitteleinzelhändlern mit Angeboten für Wurstwaren, die unter der Marke MINI WINI vertrieben werden;

— einen Registerauszug des Deutschen Patent- und Markenamts für die Wortmarke MINI WINI;

— Bildschirm-Kopien einer Internetseite mit Werbung für Wurstwaren, die unter der Marke MINI WINI vertrieben werden;

— eine Kopie einer Fotografie der Waren der Klägerin in einem Glas und eine Erklärung der Klägerin zu verschiedenen Aspekten ihrer Waren wie z. B. ihren Zutaten.

70 Zunächst ist festzustellen, dass die Beweise bezüglich der Absatzmengen und des Werbematerials der älteren Marke nicht als unmittelbare Beweise für das Vorliegen einer erhöhten Kennzeichnungskraft infolge der eventuellen Bekanntheit der Marke beim Publikum angesehen werden können. Die Absatzmengen und das Werbematerial sind nämlich als solche kein Nachweis dafür, dass das von den betreffenden Waren angesprochene Publikum das Zeichen als Hinweis auf die betriebliche Herkunft auffasst (vgl. entsprechend Urteil vom 12. September 2007, Glaverbel/HABM [Maserung einer Glasoberfläche], T-141/06, EU:T:2007:273, Rn. 41).

71 In Bezug auf die Produktion und Ausstrahlung von Fernsehspots hat die Klägerin das Schreiben einer Mediaagentur vorgelegt, in der in Form einer Tabelle die Anzahl der Ausstrahlungen von Fernsehspots zwischen 2005 und 2009, mit denen die Waren der älteren Marke beworben wurden, sowie die hierfür aufgewandten Kosten angegeben werden. Aus dieser Tabelle geht hervor, dass die in Rede stehenden Fernsehspots während des genannten Zeitraums die Zahl von 668 bis 934 Ausstrahlungen jährlich erreichten und Ausgaben von 358 700 Euro bis 476 300 Euro jährlich erforderten. Diese Zahlen sind zwar relevant, erlauben jedoch nicht die Schlussfolgerung, dass die ältere Marke zumindest einem erheblichen Teil der maßgeblichen Verkehrskreise bekannt ist. Gewiss sind diese Zahlen ein Indiz. Sie reichen jedoch allein nicht aus, um den Erwerb einer überdurchschnittlichen Kennzeichnungskraft nachzuweisen, da sie insbesondere nicht durch Umstände gestützt werden, aus denen sich ergibt, dass die in Rede stehenden Fernsehspots bei den von der älteren Marke angesprochenen Verkehrskreisen

eine Wirkung erreicht haben (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 14. September 2009, Lange Uhren/HABM [Geometrische Felder auf dem Ziffernblatt einer Uhr], T-152/07, EU:T:2009:324, Rn. 145 und die dort angeführte Rechtsprechung).

72 Schließlich ist festzustellen, dass die Klägerin keine Beweise wie Meinungsumfragen, Marktstudien oder Erklärungen von Berufsverbänden vorgelegt hat, aus denen sich der Anteil der maßgeblichen Verkehrskreise ergibt, der die Ware aufgrund der genannten Marke als von der Klägerin stammend erkennt. Wie die Beschwerdekammer ausgeführt hat, geben die vorgelegten Beweise zudem keine Auskunft über den Marktanteil der Klägerin.

73 Die Beschwerdekammer hat daher in Rn. 50 der angefochtenen Entscheidung zu Recht festgestellt, dass die vorgelegten Beweismittel zwar die Benutzung der älteren Marke in Deutschland für Wurstwaren belegen, jedoch nicht den Schluss auf einen überdurchschnittlichen Grad der Kennzeichnungskraft dieser Marke erlauben. Der Umstand, dass eine Marke seit einer Reihe von Jahren in der Union benutzt wird, reicht als solcher nicht aus, um zu beweisen, dass die einschlägigen Verkehrskreise die Waren aufgrund der Marke als von einem bestimmten Unternehmen stammend erkennen.

74 Nach alledem sind die Ausführungen der Klägerin zur stärkeren Kennzeichnungskraft, die die ältere Marke besitze, zurückzuweisen. Die Beschwerdekammer hat daher in Rn. 47 der angefochtenen Entscheidung zu Recht festgestellt, dass angesichts des fehlenden Aussagewerts des Zeichens MINI WINI in seiner Gesamtheit die originäre Kennzeichnungskraft der älteren Marke durchschnittlich ist.

75 Des Weiteren ist zu beachten, dass, wenn die ältere Marke eine Gemeinschaftsmarke ist, die gesamte Union das für die Beurteilung einer Verwechslungsgefahr maßgebliche Gebiet ist. Entgegen dem Vortrag der Klägerin hat die Beschwerdekammer somit keinen Fehler begangen, als sie nicht stärker auf die italienischen Verkehrskreise abstellte. Es ist auch darauf hinzuweisen, dass vorstehend festgestellt worden ist, dass die maßgeblichen Verkehrskreise einschließlich der italienischen Verkehrskreise das Element „minimini“ der angemeldeten Marke als bloße Wiederholung des Ausdrucks „mini“ verstehen werden.

76 Im Übrigen kann zwar eine Marke verkürzt werden (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 6. Oktober 2015, Monster Energy/HABM – Balaguer [icexpresso + energy coffee], T-61/14, EU:T:2015:750, Rn. 55 und die dort angeführte Rechtsprechung), doch ist bereits oben in den Rn. 56 und 61 festgestellt worden, dass der Bestandteil „minimini“ der angemeldeten Marke weniger unterscheidungskräftig ist als deren Bestandteil „beretta“ und daher weniger Aufmerksamkeit des maßgeblichen Publikums auf sich zieht. Das Vorbringen der Klägerin, der Verbraucher neige dazu, die angemeldete Marke zu verkürzen, so dass er nur auf den Bestandteil „minimini“ abstelle und die anderen Bestandteile außer Acht lasse, ist folglich zurückzuweisen.

77 Entgegen den Ausführungen der Klägerin ist schließlich der Bestandteil „minimini“ der angemeldeten Marke nicht das einzig klar lesbare Wortelement im Sinne des Urteils vom 20. Oktober 2009, Aldi Einkauf/HABM – Goya Importaciones y Distribuciones (4 OUT Living) (T-307/08, EU:T:2009:409). Wie nämlich oben in den Rn. 56 und 61 festgestellt, ist der Bestandteil „beretta“ der genannten Marke nicht weniger gut erkennbar als deren Bestandteil „minimini“. Demnach ist das Vorbringen der Klägerin zurückzuweisen.

78 Nach alledem ist ebenfalls festzustellen, dass das angemeldete Zeichen nicht durch eine Aneinanderreihung der Unternehmensbezeichnung der Streithelferin und der praktisch unverändert benutzten älteren Marke gebildet wird. Entgegen dem Vorbingen der Klägerin ist daher nicht dargetan, dass der Bestandteil „minimini“ der angemeldeten Marke eine selbständig kennzeichnende Stellung im Sinne des Urteils vom 6. Oktober 2005, Medion (C-120/04, Slg, EU:C:2005:594), einnimmt.

79 Im Ergebnis ist erstens festzustellen, dass der Grad der Aufmerksamkeit der maßgeblichen Verkehrskreise für die betreffenden Waren durchschnittlich hoch ist. Zweitens hat die ältere Marke aus den oben in Rn. 74 dargelegten Gründen eine durchschnittliche originäre Kennzeichnungskraft. Drittens sind, wie dargelegt, die von den fraglichen Zeichen erfassten Waren identisch. Viertens ergibt sich aus den Rn. 44 bis 64 des vorliegenden Urteils, dass die genannten Zeichen visuell, klanglich und begrifflich einen geringen Grad der Ähnlichkeit aufweisen.

80 Aus all diesen Erwägungen ergibt sich, dass die Beschwerdekammer zu Recht zu dem Schluss gelangt ist, dass keine Verwechslungsgefahr im Sinne von Art. 8 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009 besteht und die für die Benutzung vorgelegten Beweise daher nicht geprüft zu werden brauchen.

81 Somit ist der zweite Klagegrund der Klägerin zurückzuweisen.

82 Aus dem Vorstehenden ergibt sich, dass die angefochtene Entscheidung aufzuheben ist, soweit die Beschwerdekammer den Antrag der Klägerin auf Abänderung der Entscheidung der Widerspruchsabteilung zu den Dienstleistungen der Klasse 43 zurückgewiesen hat.

Kosten

83 Nach Art. 134 Abs. 3 Satz 1 seiner Verfahrensordnung kann das Gericht, wenn jede Partei teils obsiegt, teils unterliegt, beschließen, dass jede Partei ihre eigenen Kosten trägt. Da die Beteiligten im vorliegenden Fall jeweils teilweise unterlegen sind, sind sie jeweils zur Tragung ihrer eigenen Kosten zu verurteilen.

Aus diesen Gründen hat

DAS GERICHT (Sechste Kammer)

für Recht erkannt und entschieden:

1. **Die Entscheidung der Vierten Beschwerdekammer des Harmonisierungsamts für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) (HABM) vom 14. Februar 2014 (Sache R 1159/2013-4) wird aufgehoben, soweit mit ihr der Antrag auf Abänderung der Entscheidung der Widerspruchsabteilung zu den Dienstleistungen der Klasse 43 zurückgewiesen wurde.**

2. **Im Übrigen wird die Klage abgewiesen.**

3. **Die Meica Ammerländische Fleischwarenfabrik Fritz Meinen GmbH & Co. KG, das Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) (HABM) und die Salumificio Fratelli Beretta SpA tragen ihre eigenen Kosten.**

Frimodt Nielsen Dehousse Collins

Verkündet in öffentlicher Sitzung in Luxemburg am 4. Februar 2016.

Unterschriften