



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 25/07

(Aktenzeichen)

Verkündet am
24. April 2007

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 302 55 242

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 24. April 2007 durch ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Widersprechende hat gegen die am 24. Januar 2003 veröffentlichte Eintragung der am 14. November 2002 angemeldeten, für

„Spielwaren, nämlich Weich-, Steh- und Ankleidepuppen“

geschützten Marke Nr. 302 55 242

LAURA

Widerspruch eingelegt aus ihrer am 17. April 1962 angemeldeten und seit 15. Mai 1963 für

„Spielwaren“

eingetragenen Marke Nr. 773 559

Lora

Die Markenstelle für Klasse 28 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit zwei Beschlüssen vom 15. Juni 2004 und 16. März 2005, von denen einer im Erinnerungsverfahren erging, den Widerspruch zurückgewiesen. Nach der zulässigen Nichtbenutzungseinrede der Inhaberin der angegriffenen Marke habe die Widersprechende eine rechtserhaltende Benutzung ihrer Widerspruchsmarke für eine Spielfigur glaubhaft gemacht, welche einen Papagei darstelle. Insofern bestehe eine engere Warenähnlichkeit zu den von der angegriffenen Marke beanspruchten Waren. Den sich hiernach ergebenden Abstand zur Widerspruchsmarke halte die jüngere Marke aber ein; in schriftbildlicher Hinsicht unterschieden sich beide extrem kurzen Marken schon dadurch, dass die jüngere Marke einen zusätzlichen Buchstaben enthalte und daher länger erscheine; in klanglicher Hinsicht wiesen beide Marken unterschiedliche Vokalfolgen auf, wobei sich die klangliche Abweichung auf der betonten Silbe befinde und somit besonders ins Gewicht falle. Hinzu trete, dass die angegriffene Marke ohne Weiteres als weiblicher Vorname erkannt werde, während die Widerspruchsmarke sich als lautmalerische Benennung der Vogelart (Lori) darstelle, was im Übrigen auch zu einer originären Kennzeichnungsschwäche der Widerspruchsmarke führe, welche nicht unberücksichtigt bleiben könne.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde der Markeninhaber . Sie hält eine Verwechslungsgefahr weiterhin für gegeben, weil die Widerspruchsmarke nicht nur eine abgewandelte Bezeichnung einer Vogelart sei, sondern auch einen weiblichen Vornamen darstelle, so dass ein abweichender Sinngehalt, welcher einer Verwechslungsgefahr entgegenstehen könnte, nicht vorliege und die vorhandenen geringen Unterschiede bei beiden Marken insbesondere bei ungünstigen Übertragungsbedingungen leicht überhört werden könnten.

beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle aufzuheben und die angegriffene Marke zu löschen.

Die Markeninhaber beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie weist darauf hin, dass die rechtserhaltende Benutzung der Widerspruchsmarke nur für eine Spielfigur in Form von Papageien nachgewiesen sei, bei denen die Bezeichnung „Lora“ typisch und bekannt sei, so dass sich die Marke gut identifizieren lasse und unterscheidbar sei; darüber hinaus sei bereits im Beschluss BPatG 30 W (pat) 202/96 - LORAX/Lora festgestellt worden, dass der Begriff „Lora“ sich an die Vogelart („Lori“) lautmalerisch anlehne. Demgegenüber handele es sich bei der angegriffenen Marke um einen weiblichen Vornamen, welcher für die konkret beanspruchten Puppen leicht zu merken und zu unterscheiden sei. Insgesamt liege somit keine Verwechslungsgefahr vor.

In der mündlichen Verhandlung, an welcher die Widersprechende entsprechend vorheriger Ankündigung nicht teilgenommen hat, hat die Inhaberin der angegriffenen Marke ihren Standpunkt aufrechterhalten und vertieft.

II.

A. Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Die Markenstelle hat im Ergebnis zu Recht den Widerspruch wegen mangelnder Gefahr von Verwechslungen der Vergleichsmarken nach § 43 Abs. 2 Satz 2, § 42 Abs. 2 Nr. 1, § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG zurückgewiesen.

Unter Berücksichtigung der bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr miteinander in Wechselbeziehung stehenden Komponenten der Waren- und Markenähnlichkeit sowie der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke (vgl. EuGH GRUR 1998, 922, 923 - Canon; MarkenR 1999, 236, 239 - Lloyd/Loints), wobei ein geringer Grad der Ähnlichkeit der Waren durch einen größeren Grad der Ähnlichkeit der Marken ausgeglichen werden kann und umgekehrt (st. Rspr.; vgl.

EuGH GRUR 1998, 387, 389 Tz. 23 f. - Sabèl/Puma; EuGH GRUR 1998, 922, 923 Tz. 16 f. - Canon; BGH GRUR 1999, 241, 243), ist die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke zu gering, um trotz einer zumindest engen begrifflichen Markenähnlichkeit und enger Warenähnlichkeit eine Verwechslungsgefahr zu begründen.

1. Unstreitig nachgewiesen ist die Benutzung der Widerspruchsmarke für eine Spielfigur, welche einen Papagei darstellt. Damit erfasst der Schutzzumfang der Widerspruchsmarke im Sinne der erweiterten Minimallösung (Ströbele/Hacker, Markengesetz, 8. Aufl. 2006, § 26 Rn. 135 ff.) alle Spielfiguren, welche Vogelarten darstellen. Demgegenüber wird die angegriffene Marke für (Weich-, Steh- und Ankleide-) Puppen beansprucht, bei denen durchweg menschliche Vorbilder (insbesondere Säuglings- und Kleinkinder) nachgeahmt werden. Da beide Warengruppen aber häufig von denselben Herstellern und durchweg an denselben Vertriebsstätten angeboten werden (insbesondere Spielwarengeschäfte, Geschäfte für Baby- und Kleinkindartikel, sowie die entsprechenden Abteilungen der Warenhäuser), ist von einer engen Warenähnlichkeit auszugehen (vgl. auch Richter/Stoppel, Die Ähnlichkeit von Waren und Dienstleistungen, 13. Aufl., S. 238 Stichwort „Plüschspieltiere“ und S. 243 Stichwort „Puppen“, insbesondere unter Hinweis auf BPatG 27 W (pat) 155/96, wonach Plüschspieltiere und Porzellanpuppen eine durchschnittliche Ähnlichkeit aufweisen, selbst wenn letztere ausschließlich Sammlerobjekte sind).

2. Zwar kann eine - eher als eng anzusehende - Ähnlichkeit der gegenüberstehenden Marken jedenfalls in begrifflicher und klanglicher Hinsicht nicht zur Gänze verneint werden. Dabei ist in begrifflicher Hinsicht darauf hinzuweisen, dass es sich bei dem weiblichen Vornamen „Lora“ um eine Nebenform des weiblichen Vornamens Laura handelt (vgl. <http://www.duden.de/duden-suche/werke/vornamen/000/002/Lora.2692.html>: „Lora: weibl. Vorn., Kurzform von Eleonora (→Eleonore) oder Nebenform von →Laura“). In klanglicher Hinsicht wiederum ist zu berücksichtigen, dass der Umlaut „au“ in der angegriffenen Marke nur bei deutlicher

Artikulation von dem Vokal „o“ in der Widerspruchsmarke zu unterscheiden ist, wobei in vielen deutschen Dialekten sowie in der englischen und französischen Aussprache sich die Wiedergabe der angegriffenen Marke sogar stark der Benennung der Widerspruchsmarke („Lora“) annähert.

3. Trotz der somit bestehenden engeren Waren- und Markenähnlichkeit scheitert eine Verwechslungsgefahr hier jedoch an der nur sehr geringen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke, welcher der Begründung von Rechten der Widersprechenden aus ihrer Marke gegenüber der begrifflich und klanglich ähnlichen jüngeren Marke entgegensteht.

Dabei kann dahinstehen, ob die deutliche Anlehnung an die zur Familie der Papageien gehörenden Vogelart Lories (Lorinae) (vgl. <http://www.tierlexikon.ch/sys-tematik.14155.html>; <http://de.wikipedia.org/wiki/Lories>; vgl. auch BPatG 30 W (pat) 202/96 - ORAX # Lora), auf welche die Markenstelle in erster Linie abgestellt hat, bereits eine originäre Kennzeichnungsschwäche begründet; hiergegen dürfte sprechen, dass diese Anlehnung wohl nur sehr geringen - nämlich den ornithologisch gebildeten - Teilen der angesprochenen Verkehrskreise - dies sind wegen der Art der jeweils beanspruchten Waren alle inländischen Verbraucher - bekannt sein dürfte und damit auch auffallen wird. Ungeachtet dessen ist den weitaus meisten angesprochenen Abnehmern aber geläufig, dass es sich bei dem Wort „Lora“ um einen weiblichen Vornamen handelt (vgl. <http://www.duden.de/duden-suche/werke/vornamen/000/002/Lora.2692.html>).

Vornamen sind jedoch, was dem Senat aus zahlreichen Verfahren und der Kenntnis der Kennzeichnungsgewohnheiten auf dem hier in Rede stehenden Warengebiet hinlänglich bekannt ist, bei Spielfiguren, insbesondere bei Puppen und Stofftieren sehr häufig anzutreffen, weil die hiermit vorrangig spielenden Kinder diesen Figuren in aller Regel Namen zu geben gewohnt sind, welche sich an (männlichen oder weiblichen) Vornamen orientieren. Da der Verkehr daran gewöhnt ist, dass Spielpuppen und -tiere unter Aufgreifen dieser Gewohnheit mit solchen Namen gekennzeichnet werden, so dass ihm nahezu ständig männliche

und weibliche Vornamen als Marken der angebotenen Spielfiguren begegnen, kann der sich an diese Gewohnheit anschließenden Widerspruchsmarke nur eine deutlich verminderte Kennzeichnungskraft zugebilligt werden. Damit ist es ihr aber verwehrt, gegen dieselbe Kennzeichnungsgewohnheiten aufgreifende, nur ähnliche Marken vorzugehen.

Ungeachtet dessen ist auch zu beachten, dass dem Verkehr die Branchengewohnheit zur Kennzeichnung von Spielfiguren mit männlichen oder weiblichen Vornamen hinlänglich bekannt ist, so dass sie in aller Regel auf die vorhandenen Unterschiede achten, weil sie häufig nur so die einzelnen Produkte auseinander halten können. Dann werden den angesprochenen Verkehrskreisen aber die Unterschiede zwischen den hier gegenüberstehenden Marken nicht entgehen, die darin bestehen, dass sie abweichende Vokalfolgen aufweisen und es sich bei ihnen in begrifflicher Hinsicht um Haupt- und Nebenform eines auf den selben Ausgangsnamen zurückgehenden weiblichen Vornamen handelt. Dies wird aber ausreichen, damit der Verkehr erkennt, dass die jeweils beanspruchten Waren, die nur in einem nicht allzu engen Grad ähnlich sind, ohne einander zu entsprechen, selbst wenn er ihnen an denselben Vertriebsstätten begegnet, auseinander zu halten und verschiedenen Herkunftsunternehmen zuzuordnen.

Da die Markenstelle somit zutreffend den Widerspruch zurückgewiesen hat, war der hiergegen gerichteten Beschwerde der Widersprechenden der Erfolg zu versagen.

B. Da Gründe für eine Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen nach § 71 Abs. 1 Satz 1 MarkenG weder vorgetragen noch anderweitig ersichtlich sind, hat es dabei zu verbleiben, dass beide Beteiligte ihre jeweiligen außergerichtlichen Kosten selbst zu tragen haben (§ 71 Abs. 1 Satz 2 MarkenG).

gez.

Unterschriften