



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 21/07

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 302 53 647

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 21. August 2007 durch Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, Richterin Kopacek und Richter Kruppa

beschlossen:

Die Beschwerde der Widersprechenden wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Gegen die am 31. Oktober 2002 angemeldete und am 20. März 2003 u. a. für

Spiele, einschließlich elektrische und elektronische, soweit in Klasse 28 enthalten; Spielwaren, Spielzeug; Figuren zu Spielzwecken einschließlich Stoff- und Gummitiere sowie Maskottchen; Scherzartikel;

eingetragene Wortmarke 302 53 647

GoGo

hat die Widersprechende am 7. Juli 2003 aus ihrer am 6. Oktober 1987 angemeldeten Wortmarke 2103782

Koko

die seit 1. Oktober 1997 für

Kinderluftballons und Modell-Luftfahrzeuge für Spielzwecke; Spielzeug, einschließlich sportlicher Spielzeuge, soweit in Klasse 28, und Spielwaren, ausgenommen Spiele

eingetragen ist, Widerspruch hinsichtlich „Spiele, Spielwaren, Spielzeug; Figuren zu Spielzwecken einschließlich Stoff- und Gummitiere sowie Maskottchen; Scherzartikel“ eingelegt.

Die Markenstelle hat den Widerspruch mit Beschluss vom 10. Januar 2005 mangels Verwechslungsgefahr zurückgewiesen. Dazu ist ausgeführt, G und K seien im Schriftbild deutlich unterschiedlich. Dies falle am Wortanfang besonders auf. Klanglich sei die unterschiedliche Härte zu berücksichtigen. Der Sinn von „go“ (englisch „gehen“) unterstütze das Auseinanderhalten noch.

Die Widersprechende hat am 9. Februar 2005 Beschwerde eingelegt. Sie ist der Auffassung, die übereinstimmende Vokalfolge sei für beide Marken ebenso markant, wie die Wiederholung der Silben. Die Härte von G und K komme oft nicht zum Tragen, so dass auch der Sinn von go nicht erkennbar werde, zumal die Waren dies nicht unterstützten.

Die Widersprechende beantragt,

den Beschluss der Prüfungsstelle aufzuheben und dem Widerspruch stattzugeben.

Demgegenüber beantragt die Inhaberin des angegriffenen Zeichens,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie ist der Auffassung, die unterschiedliche Härte der Marken komme sehr wohl zum Tragen. KOKO sei in der DDR eine berühmt-berüchtigte Abteilung der STASI gewesen.

Zur Ergänzung des Parteivorbringens wird auf die Schriftsätze der Beteiligten Bezug genommen, wegen sonstiger Einzelheiten auf den Akteninhalt.

II

1) Die statthafte und auch sonst zulässige Beschwerde der Widersprechenden hat in der Sache keinen Erfolg.

Es besteht auch nach Auffassung des Senats keine markenrechtlich relevante Verwechslungsgefahr im Sinn von § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG.

Zwischen den für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr maßgeblichen Faktoren, Ähnlichkeit der Marken und der mit ihnen gekennzeichneten Waren, Kennzeichnungskraft der älteren Marke sowie Art und Aufmerksamkeit des beteiligten Publikums, besteht eine Wechselwirkung. So kann etwa ein höherer Grad an Ähnlichkeit der Waren oder eine erhöhte Kennzeichnungskraft der älteren Marke einen geringeren Grad an Ähnlichkeit der Marken ausgleichen und umgekehrt (EuGH GRUR 2005, 1042 – THOMSON LIFE; BGH GRUR 2005, 326 - IL PATRONE / PORTONE).

Nach diesen Grundsätzen ist vorliegend keine Gefahr von Verwechslungen gegeben.

a) Es ist Warenidentität und -ähnlichkeit gegeben. Benutzungsfragen können mangels Verwechslungsgefahr dahingestellt bleiben.

b) Die Widerspruchsmarke ist durchschnittlich kennzeichnungskräftig. Durchgreifende Anhaltspunkte für eine gesteigerte Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke sind nicht ersichtlich. Eine gesteigerte Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke ergibt sich nicht allein aus der Auflagenhöhe der Kataloge. In ihnen sind so viele Marken beworben, dass sich die Verbraucher nicht alle merken können. Dass sich „koko“ besonders hervorhebt, belegen die Verkaufszahlen nicht.

Ob „koko“ als Vorname bzw. Kosenamen und beliebter Name für Papageien an Kennzeichnungskraft verliert, kann dahinstehen.

c) Auch wenn damit strenge Anforderungen an den erforderlichen Markenabstand zu stellen sind, reichen die Abweichungen von „GoGo“ und „Koko“ im Klang- und Schriftbild aus, um die Gefahr von Verwechslungen im Sinn von § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG hinreichend sicher auszuschließen.

Im Schriftbild tritt der Unterschied zwischen G und K zweimal deutlich in Erscheinung; dies ist unabhängig von der Schreibweise. Bei den kurzen Wörtern reicht dies aus, eine Verwechslungsgefahr auszuschließen.

Der Beurteilung der klanglichen Ähnlichkeit von Wörtern sind nur alle dem Sprachgefühl entsprechenden und im Bereich der Wahrscheinlichkeit liegenden Aussprachemöglichkeiten zugrunde zu legen, nicht aber spezielle Dialekte, in denen G und K gleich gesprochen werden. G und K bleiben vor einem nachfolgenden Vokal auch nicht stimmlos und treten damit klanglich deutlich hervor (anders bei Tang und Tank). Damit ist der Unterschied in den Konsonanten G und K ausreichend, um eine Verwechslungsgefahr im markenrechtlichen Sinn auszuschließen.

Eine verwechselbare Ähnlichkeit der Vergleichsmarken wird zudem durch den aus Begriffen wie „Gogogirls“ bekannten Sinngehalt der jüngeren Marke ausgeschlossen. Auch die Widerspruchsmarke enthält zumindest Anklänge an Sinngehalte (Kosenamen für Konstanz, Kokos bzw. Tiername).

2) Zu einer Kostenauflegung aus Billigkeit besteht kein Anlass (§ 71 Abs. 1 MarkenG).

Dr. Albrecht

Kopacek

Kruppa

Ju/Fa