

BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 232/00

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung Sch 39 427/25 Wz

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 19. Februar 2002 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Dr. Schermer, der Richterin Friehe-Wich und des Richters Schwarz

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

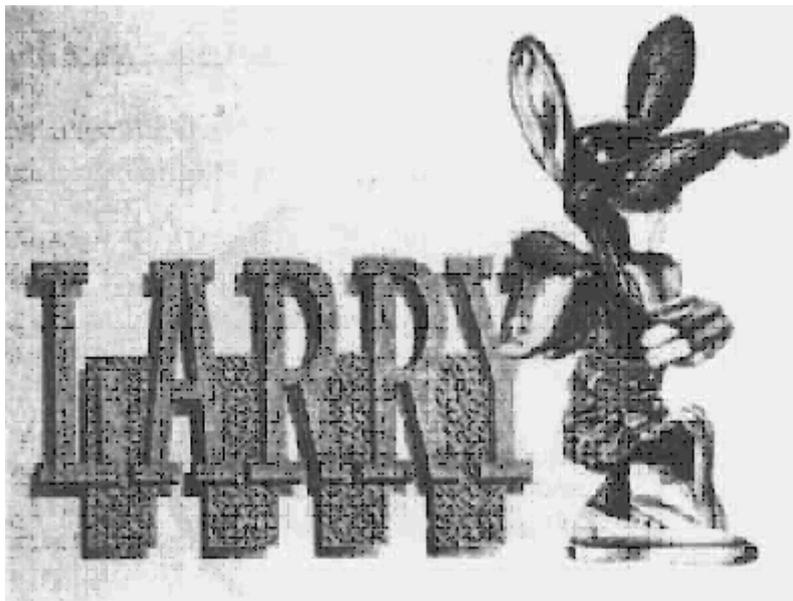
Gründe

I.

Gegen die für "Krawatten" angemeldete Marke

siehe Abb. 1 am Ende

ist Widerspruch eingelegt aus der prioritätsälteren Marke



eingetragen unter der Nr 2 103 877 unter anderem für "T-Shirts, Sweatshirts, Mützen (Caps), nicht-gestrickte Pullover, nicht-gestrickte Windbreaker, nicht-gestrickte Aufwärmjacken".

Die Markenstelle für Klasse 25 hat durch zwei Beschlüsse, von denen einer im Erinnerungsverfahren erging, der angemeldeten Marke die Eintragung versagt. Jedenfalls in klanglicher Hinsicht bestehe Verwechslungsgefahr, weil zu erwarten sei, daß die angesprochenen inländischen Verkehrskreise die jüngere Marke auf ihren Bestandteil "Larry" verkürze. Denn das weitere Markenwort "Original" stelle eine rein beschreibende, anpreisende Angabe dar, dem keine (mit-)prägende Wirkung zugemessen werde. Selbst wenn - wie die Anmelderin vortrage - das Wort "Larry" von Verbrauchern plattdeutsch ausgesprochen werde, so bestehe Verwechslungsgefahr, da diese Verkehrskreise dann auch die Widerspruchsmarke plattdeutsch aussprechen würden.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie meint, ihr Vorbringen sei im angegriffenen Beschluss nicht ausreichend berücksichtigt worden.

Insbesondere zweifelt die Anmelderin die Bevollmächtigung des Vertreters der Widersprechenden an. Sie trägt hierzu vor, Anrufe bei der Widersprechenden in New York hätten ergeben, daß Herr Rechtsanwalt Dr. A... dort unbekannt sei.

Im Verfahren vor der Markenstelle hatte die Anmelderin vorgetragen, "Larry" sei das Pseudonym des Künstlers Bernd-Jürgen Hagedorn, der für sie Designer-Krawatten gestalte. Dieses Pseudonym verwende er bereits seit seiner Gymnasialzeit in den 60er Jahren. "Larry" sei als Abkürzung für den englischen Namen Lawrenz seit Jahrhunderten bekannt und deshalb nicht markenfähig. Es gebe zwei Heilige mit Namen "Larry" und auch mehrere Tonträger-Interpreten mit diesem Namen. Die einander gegenüberstehenden Zeichen seien in ihrer Gesamtheit nicht verwechselbar ähnlich. Insbesondere seien die Marken auch in klanglicher Hinsicht nicht zu verwechseln, da der Künstlername "Larry" wie "Larrchi" ausgesprochen

werde. Es stünden sich in klanglicher Hinsicht also "Orchiginaal Larrchi" und "Llä-äärie" gegenüber.

Der Vertreter der Widersprechenden hat in der Akte der Widerspruchsmarke am 25. Oktober 1988 die Kopie einer Vollmacht vom 23. September 1988 der C... INC. betreffend "comb. Zeichen LARRY" und am 7. Januar 2000 in dem vorliegenden Anmeldeverfahren die Kopie einer Vollmacht vom 5. Februar 1998 der S... Inc. in M... Avenue in NY, NY 1002 – USA betreffend German Trademark No 2 103 877 "LARRY & Design" vorgelegt. Beide Vollmachten tragen Unterschriften, wobei jeweils der Name der unterzeichnenden Person nicht zusätzlich maschinenschriftlich vorhanden ist; aus den Vollmachten geht auch nicht die Rechtsstellung der unterzeichnenden Person im Unternehmen hervor. Mit Schriftsatz vom 9. Januar 2002 hat die Widersprechende vorgetragen, die Vollmacht vom 5. Februar 1998 sei von Herrn G... unterzeichnet, der als "Assistant Secretary" zur Erteilung derartiger Vollmachten berechtigt sei.

Wegen der Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet. Denn die Markenstelle hat zutreffend der jüngeren Marke die Eintragung versagt, weil zwischen den einander gegenüberstehenden Marken in klanglicher Hinsicht die Gefahr von Verwechslungen besteht (§ 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG).

1. Die Bevollmächtigung der Verfahrensbevollmächtigten der Widersprechenden, die auch in der Akte der Widerspruchsmarke als Vertreter der Widersprechenden benannt sind, ist hinreichend glaubhaft gemacht. Die Vollmacht der Widersprechenden vom 5. Februar 1998 enthält als Bezug den Hinweis auf die Widerspruchsmarke. Aufgrund des Vortrags der Widersprechenden im Schriftsatz vom

9. Januar 2002 hat der Senat keinen Zweifel daran, daß diese Vollmacht von Herrn G... unterzeichnet und daß dieser als "Assistant Secretary" zur Erteilung derartiger Vollmachten berechtigt ist.

2. Die Gefahr von Verwechslungen ist von mehreren Komponenten abhängig, die miteinander in Wechselbeziehung stehen, und zwar insbesondere von der Ähnlichkeit oder Identität der Marken, der Ähnlichkeit oder Identität der von ihnen erfassten Waren und der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke (EuGH GRUR 1998, 922, 923 – Canon; MarkenR 1999, 236, 239 – Lloyd/Loints).

Die Widerspruchsmarke weist von Haus aus normale Kennzeichnungskraft auf; Anhaltspunkte für eine Stärkung oder Schwächung dieser Kennzeichnungskraft sind nicht ersichtlich.

Im Hinblick darauf, dass es sich um kombinierte Wort-/Bildmarken handelt, ist bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr in klanglicher Hinsicht davon auszugehen, daß der Verkehr sich bei den einander gegenüberstehenden Marken jeweils an ihren Wortbestandteilen orientiert, weil diese die einfachste Form darstellen, die Marken zu bezeichnen (BGH MarkenR 1999, 57, 59 – Lions). Etwas anderes ergibt sich auch nicht aufgrund des in der Widerspruchsmarke enthaltenen relativ auffälligen Bildbestandteils, denn dieser legt eine andere Benennung als mit "Larry" nicht nahe. Der Verkehr wird - soweit er sich überhaupt Gedanken über die Bedeutung des Bildbestandteils macht und nicht von vorneherein nur auf das Wort "Larry" abstellt - davon ausgehen, dass "Larry" der Name der dargestellten Figur ist. Entgegen der Ansicht der Anmelderin handelt es sich bei der Abkürzung des englischen Vornamens auch um eine für sich betrachtet schutzfähige phantasivolle Bezeichnung in bezug auf Bekleidungsstücke.

Bei der jüngeren Marke ist in entscheidungserheblichem Umfang damit zu rechnen, daß der beschreibende Wortbestandteil "Original" weggelassen wird, weil dieser im Gesamteindruck der Marke erheblich unauffälliger ist als der weitere

Wortbestandteil "Larry" und darüber hinaus auf diesen im Sinne einer Verstärkung hinweist. Auch die kleine, als bloße Verzierung wirkende Darstellung eines Pinguins gibt der Verkehr bei der Benennung der angemeldeten Marke im mündlichen Geschäftsverkehr in der Regel nicht wieder, sondern orientiert sich allein an dem Phantasiewort "Larry".

Dann aber stehen sich in klanglicher Hinsicht die identischen Bestandteile "Larry" gegenüber. Diese werden von den angesprochenen Verkehrskreisen im allgemeinen auch identisch ausgesprochen. Bei den angesprochenen Verkehrskreisen handelt es sich nämlich nicht (allein) um diejenigen Personen aus der Umgebung des Designers der von der Anmelderin angebotenen Waren, die wissen, dass es sich bei den mit der Anmeldemarke gekennzeichneten Krawatten um solche handelt, die dieser gestaltet hat, sondern um die Gesamtheit der an Bekleidung interessierten Verbraucher, also um alle, die als Käufer von Krawatten, T-Shirts, Sweatshirts, Mützen (Caps), nicht-gestrickten Pullovern, nicht-gestrickten Windbreakern und nicht-gestrickten Aufwärmjacken in Deutschland in Betracht kommen. Es liegt auf der Hand, dass diese keine Veranlassung haben, "Larry" in der Anmeldemarke anders auszusprechen als "Larry" in der Widerspruchsmarke.

Die einander gegenüberstehenden Waren gehören jeweils zum Oberbegriff "Bekleidungsstücke" und liegen im engen bis mittleren Ähnlichkeitsbereich.

Unter Berücksichtigung all dieser Umstände besteht die Gefahr von Verwechslungen in klanglicher Hinsicht. Da diese allein in der Regel ausreicht, Verwechslungsgefahr insgesamt zu bejahen (BGH aaO - Lions), und hier keine Umstände ersichtlich sind, die ein Abweichen von der Regel begründen könnten, konnte die Beschwerde der Anmelderin keinen Erfolg haben.

Hinsichtlich der Kosten verbleibt es bei der Regel des § 71 Abs 1 S 2 MarkenG.
Gründe, hiervon abzuweichen, sind weder vorgetragen noch ersichtlich.

Dr. Schermer

Schwarz

Friehe-Wich

Pü

Abb. 1

