



# BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 102/04

---

**(AktENZEICHEN)**

## BESCHLUSS

**In der Beschwerdesache**

...

**betreffend die Marke 302 42 795**

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 2. August 2005 durch den Richter Dr. van Raden als Vorsitzenden, den Richter Schwarz und die Richterin Prietzel-Funk

beschlossen:

Auf die Beschwerde des Markeninhabers wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 18 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 10. Februar 2004 aufgehoben und der Widerspruch aus der Marke 399 08 978 zurückgewiesen.

### Gründe

#### I

Die Markenstelle für Klasse 18 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschluss vom 10. Februar 2004 auf den beschränkt eingelegten Widerspruch der Widersprechenden aus ihrer prioritätsälteren, u.a. für „Reisetaschen, Herrentaschen, Aktentaschen; Bekleidungsstücke, Schuhwaren (ausgenommen Sportschuhe) und Kopfbedeckungen für Herren“ eingetragenen Wortbildmarke



im Umfang des Widerspruchs die teilweise Löschung der u.a. für „Leder und Lederimitationen, soweit in Klasse 18 enthalten; Bekleidungsstücke, Schuhwaren und Kopfbedeckungen“ eingetragenen Wortbildmarke



für „Lederwaren, soweit in Klasse 18 enthalten; Bekleidungsstücke, Schuhwaren und Kopfbedeckungen“ angeordnet. Zur Begründung wird in dem Beschluss ausgeführt, dass die beiden Marken in klanglicher Hinsicht ausgeprägte Gemeinsamkeiten aufwiesen, da den jeweils unterschiedlichen Endlauten nur ein unwesentlich differierender, nicht hinreichend deutlich heraushörbarer Klangwert zukomme, welcher das Gesamtklangbild der Marken nur geringfügig beeinflusse. Aufgrund der dominierenden Übereinstimmungen der beiden Marken würden die klanglichen Abweichungen in den Hintergrund treten und somit in vielen Fällen un bemerkt bleiben, insbesondere bei flüchtigen Kontakten und telefonischer Übermittlung. Da dem Verkehr bekannt sei, dass zahlreiche Modefirmen und Bekleidungsunternehmen neben Bekleidung auch Lederwaren wie Gürtel, Taschen o.ä. in ihrer Produktpalette führten, werde der Verbraucher auch hinsichtlich der gegenüberstehenden Warengruppen „Lederwaren“ und „Bekleidungsstücke, Schuhwaren und Kopfbedeckungen“ bei den vermeintlich gleichen Kennzeichnungen davon ausgehen, die betreffenden Waren würden von ein und demselben Unternehmen hergestellt oder vertrieben. In welchem Ähnlichkeitsgrad diese Warengruppen dabei stünden, könne dahinstehen, weil aufgrund der weitgehenden klanglichen Übereinstimmung der Marken bereits eine geringe Warenähnlichkeit bereits zur Begründung einer Verwechslungsgefahr ausreiche.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde der Markeninhaber . Er rügt vorab, dass die Löschanordnung in bezug auf die Waren der Klasse 18 nicht mit dem eingetragenen Warenverzeichnis übereinstimme. Eine Markenähnlichkeit bestehe weder in klanglicher noch in schriftbildlicher Hinsicht. Der Beschluss der Markenstelle berücksichtige nicht ausreichend, dass es sich bei den sich gegenüber stehenden Marken um Kurzwörter handele, bei denen nach ständiger Rechtsprechung bereits die Abweichung in einem Laut eine Verwechslung ausschließen könne. Da beide Marken aus nur drei Buchstaben bestünden, von denen sie sich in einem unterschieden,

die jüngere Marke zudem im Gegensatz zur Widerspruchsmarke einen Bildbestandteil aufweise und die sich gegenüber stehenden Marken unterschiedliche Begriffsinhalte hätten, fehle es an einer klanglichen oder schriftbildlichen Ähnlichkeit der gegenüberstehenden Zeichen. Schließlich seien auch die für die jüngere Marke eingetragenen Waren der Klasse 18 zu den für die Widerspruchsmarke geschützten Waren der Klasse 25 nicht ähnlich.

Der Markeninhaber beantragt,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

Die Widersprechende beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie meint, dass der abweichenden Wortendung angesichts des Umstandes, dass im Verkehr regelmäßig die übereinstimmenden Merkmale mehr hervorträten als ihre Abweichungen, auch bei einsilbigen Worten keine entscheidende Bedeutung zukomme, zumal es sich um keinen gravierenden Unterschied handele. Auf die unterschiedlichen Begriffsinhalte der Marken komme es nicht an, weil sich der Verkehr hierüber keine Gedanken mache. Im übrigen nimmt sie auf die Ausführungen im angefochtenen Beschluss Bezug, welche sie sich zu eigen macht.

## II

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache Erfolg. Die Gefahr von Verwechslungen der Vergleichsmarken nach § 43 Abs. 2 Satz 2, § 42 Abs. 2 Nr. 1, § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG liegt im Ergebnis nicht vor.

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), hält die jüngere Marke den erforderlichen Abstand zur älteren Marke noch ein.

Beide Zeichen sind im Bereich der Klasse 25 für identische Produkte geschützt, so dass insoweit Warenidentität vorliegt. Inwieweit darüber hinaus auch die für die jüngere Marke geschützten Waren der Klasse 18 zu den für die Widerspruchsmarke eingetragenen Waren der Klasse 25 in einem noch relevanten Ähnlichkeitsbereich zueinander stehen, kann dahinstehen, da schon im Bereich der identischen Waren eine Verwechslungsgefahr wegen fehlender Markenähnlichkeit zu verneinen ist.

In schriftbildlicher Hinsicht – auf welche die Markenstelle ohnehin nicht abgestellt hat – bestehen Unterschiede schon wegen der deutlich wahrnehmbaren abweichenden Ausgestaltung der jeweiligen Endbuchstaben „C“ und „X“, die noch durch die jeweilige Grafik verstärkt wird, wobei zusätzlich die Hinzufügung zweier Punkte über und unter dem mittleren Vokal „l“ in der angegriffenen Marke ein Auseinanderhalten erleichtert, weil schon der oberhalb dieses Buchstabens gesetzte Punkte wegen der Großschreibweise des Vokals an sich überflüssig ist und das Gesamtzeichen durch den unterhalb gesetzten Punkt ungewöhnlich und „witzig“ wirkt.

Entgegen der Auffassung der Markenstelle und der Widersprechenden liegt aber auch eine klangliche Ähnlichkeit beider Kennzeichnungen nicht vor.

Zwar stimmen beide Zeichen hinsichtlich der beiden Anfangsbuchstaben überein. Dies bedeutet aber nicht, dass die Abweichung im Endbuchstaben nicht geeignet sei, eine klangliche Ähnlichkeit auszuschließen. Denn wegen ihrer Kürze – beide Marken bestehen aus nur drei Buchstaben und sind einsilbig – reichen nach allgemeiner Ansicht bereits geringfügige Abweichungen zum Ausschluss einer Verwechslungsgefahr aus (vgl. Ingerl/Rohnke, MarkenG, 2. Aufl., § 14 Rn. 537 m.w.N.; Ströbele/Hacker, Markengesetz, 7. Aufl., § 9 Rn. 193 m.w.N.), sofern sie zu einem deutlich wahrnehmbaren unterschiedlichen Klangbild führen. Dies ist aber vorliegend der Fall. Denn während der Schlusskonsonant „C“ in der Widerspruchsmarke wie ein K gesprochen wird, enthält die jüngere Marke als Schlusslaut den Buchstaben „X“, der besonders klangstark ist, so dass er selbst bei ungünstigen Übertragungsbedingungen nicht überhört werden kann und ganz wesentlich zum Gesamtklangbild der angegriffenen Marke beiträgt. Daran ändert sich auch nichts dadurch, dass dieser Buchstaben ähnlich der Buchstabenfolge „KS“ ausgesprochen wird, denn der darin enthaltene Zischlaut ist klanglich so dominant, dass das Klangbild des Buchstabens „X“ bzw. der Buchstabenfolge „KS“ sich deutlich von der Wiedergabe des sich in einem harten Laut erschöpfenden Konsonanten „K“ abhebt. Das Auseinanderhalten beider Zeichen wird dabei zusätzlich noch dadurch verstärkt, dass beiden Kennzeichnungen ein griffiger abweichender Sinngelhalt zukommt, der aufgrund seiner Kürze selbst bei ungünstigen Wahrnehmungsbedingungen sofort ins Auge fällt; denn bei dem Wort „NIX“ handelt es sich um die umgangssprachliche Kurzform des Wortes „nichts“ (vgl. DUDEN PC-Bibliothek [CD-ROM] 3.0 Stichwort „nix“), während die Kennzeichnung „NIC“ bei einer klanglichen Wiedergabe – worauf der Markeninhaber zutreffend hingewiesen und dem auch die Widersprechende nicht widersprochen hat - an die bekannte Kurzform „Nick“ des Namens „Nicolas“ erinnert.

Da eine begriffliche Ähnlichkeit weder dargetan noch ersichtlich ist und auch Anhaltspunkte für eine assoziative Verwechslungsgefahr weder vorgetragen noch anderweitig erkennbar sind, scheidet eine Verwechslungsgefahr zwischen den beiden gegenüberstehenden Marken aus. Auf die Beschwerde des Markeninhabers war der entgegenstehende Beschluss der Markenstelle daher aufzuheben und der Widerspruch der Widersprechenden zurückzuweisen.

Es sind keine Gründe ersichtlich, von dem Grundsatz des § 71 Abs 1 Satz 2 MarkenG abzuweichen, dass jeder Beteiligte seine Kosten selbst trägt.

Dr. van Raden

Richterin Prietzel-Funk  
befindet sich in Urlaub;  
sie ist daher an der Bei-  
fügung ihrer Unterschrift  
gehindert.

Schwarz

Dr. van Raden

Na