



# BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 44/04

---

(Aktenzeichen)

Verkündet am  
30. November 2004

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Marke 303 06 937**

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 30. November 2004 durch die Vorsitzende Richterin Dr. Schermer sowie den Richter Schwarz und die Richterin Prietzel-Funk

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

### Gründe

I

Gegen die Eintragung der Wortbildmarke



für „Waren aus Leder und Lederimitationen, nämlich Taschen und andere, nicht an die aufzunehmenden Gegenstände angepasste Behältnisse sowie Kleinlederwaren, insbesondere Geldbeutel, Brieftaschen, Schlüsseltaschen, Reise- und Handkoffer, Regenschirme, Sonnenschirme; Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen“ hat die Widersprechende – beschränkt auf die Waren „Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen“ - Widerspruch eingelegt aus ihrer prioritätsälteren Wortmarke

**COX**

eingetragen als Gemeinschaftsmarke unter der Nr. 1 562 339 für „Schuhe und Stiefel“.

Die Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat mit Beschluss vom 9. Dezember 2003 den Widerspruch mit der Begründung zurückgewiesen, beide Markenwörter unterschieden sich in klanglicher und schriftbildlicher Hinsicht durch die vorhandene Abweichung am in der Regel stärker beachteten Wortbeginn des älteren Zeichens in ihrem Gesamteindruck prägnant; denn der Sprenglaut „C“ sei aufgrund der konkreten Betonung und seiner Stellung am Wortbeginn so auffällig, dass er auch bei flüchtiger akustischer Wahrnehmung der Marke vom angesprochenen umsichtigen und kritisch prüfenden Verbraucher nicht überhört werden könne.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden, mit der sie die Aufhebung des angefochtenen Beschlusses und die teilweise Löschung der angegriffenen Marke für die Waren der Klasse 25 anstrebt. Sie trägt hierzu vor: Soweit die Markenstelle auf die konkrete Betonung abstelle, habe sie übersehen, dass die Widerspruchsmarke wie auch die angegriffene Marke auf dem in beiden Markenwörtern identischen Vokal und nicht auf dem Anfangskonsonanten betont werde. Ähnlich wie bei der vom 32. Senat bejahten Verwechslungsgefahr zwischen den Marken „NOXX“ und „XOX“ (BPatG 32 W (pat) 276/00) bei identischen Waren sei auch vorliegend angesichts der beanspruchten identischen, zumindest hochgradig ähnlichen Waren eine Verwechslungsgefahr gegeben.

Die Markeninhaberin ist dem entgegengetreten und hat hierzu ausgeführt: Eine Identität der Waren liege nur teilweise vor; hinsichtlich der sich gegenüberstehenden Bekleidungsstücke und Kopfbedeckungen bestehe nach der BGH-Entscheidung JOHN LOBB (GRUR 1999, 164, 166) Warenunähnlichkeit, so dass die Gefahr von Verwechslungen insoweit schon deshalb ausgeschlossen sei. Im übrigen bestehe auch keine Markenähnlichkeit. Die jüngere Marke könne vom Publikum unterschiedlich aufgefasst und wiedergegeben werden, insbesondere könne sie Zeichen auch als Kombination der Ziffer „0“ und der römischen Zahl „Zehn“ verstanden werden. Dementsprechend werde sie klanglich nicht wie „ocks“, sondern

allenfalls wie „o-icks“ wiedergegeben werden. Selbst wenn man aber von der ersten Ausspracheweise ausgehe, bestehe eine Ähnlichkeit der Zeichen weder in klanglicher noch in schriftbildlicher Hinsicht. Denn erstens handele es sich bei den Vergleichsmarken um Kurzwörter, bei denen bereits geringfügige Abweichungen zum Ausschluss der Verwechslungsgefahr ausreichen. Zweitens würden Wortanfänge erfahrungsgemäß bevorzugt beachtet; vorliegend gelte dies umso stärker, als der Anfangsbuchstabe „C“, der wie ein „K“ gesprochen werde, ein harter und markanter Sprenglaut sei. Drittens würden maßgebliche Teile des Verkehrs, welche die jüngere Marke wie „ocks“ wiedergäben, darin den zum Grundwortschatz gehörenden, dem deutschsprachigen Wort auch klanglich entsprechenden englischen Begriff für „Ochse“ wiedererkennen, was ein Auseinanderhalten beider Marken noch zusätzlich erleichtere. Und viertens sei zu berücksichtigen, dass die Widerspruchsmarke an einer Kennzeichnungsschwäche leide, weil das englische Wort „cox“ , welches „Bootsführer, Steuermann“ bedeute, für die beanspruchten Waren beschreibenden Charakter im Sinne einer Bestimmungsangabe aufweise.

In der mündlichen Verhandlung haben die Beteiligten ihre jeweiligen Standpunkte aufrechterhalten und vertieft.

## II

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Die Markenstelle hat zu Recht und mit zutreffender Begründung, der sich der Senat anschließt, 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), hält die jüngere Marke den erforderlichen Abstand zur älteren Marke noch ein.

Hinsichtlich der von beiden Marken beanspruchten Schuhwaren besteht Warenidentität; darüber hinaus ist eine zumindest mittlere Warenähnlichkeit auch zwischen den für die Widerspruchsmarke geschützten Schuhen und Stiefel und den von der angegriffenen Marke beanspruchten Bekleidungsstücken nach neuerer Rechtsprechung (vgl. 27 W (pat) 246/00 – BLUE BROTHERS/BLUES BROTHERS; 27 W (pat) 344/00 – UNICA/UNI CAT; 27 W (pat) 226/00 – MECCA/MELKA; sämtliche Entscheidungen veröffentlicht auf der PAVIS CD-ROM; LG Düsseldorf, Mitt 2001, 456, 458) zu bejahen. Trotzdem ist eine Verwechslungsgefahr zu verneinen, weil die Marken sich schriftbildlich, klanglich und begrifflich noch ausreichend unterscheiden.

Während eine begriffliche Ähnlichkeit nicht ersichtlich ist und auch von der Widersprechenden nicht behauptet wurde, weicht der Gesamteindruck der jüngeren Marke in schriftbildlicher Hinsicht schon durch ihre besondere grafische Ausgestaltung so stark vom Gesamteindruck von der Widerspruchsmarke ab, dass die angesprochenen Verkehrskreise, bei denen es sich um alle inländischen Durchschnittsverbraucher handelt, keine Mühe haben werden, beide Marken auseinander zu halten. Aber auch in klanglicher Hinsicht, auf welche die Widersprechende in erster Linie abgestellt hat, kann der Verkehr beide Zeichen noch hinreichend unterscheiden. Allerdings ist die Auffassung der Markeninhaberin, die jüngere Marke werde vom Verkehr wie „Null-Zehn“ verstanden, fernliegend. Vielmehr wird die angegriffene Marke ohne weiteres von den weitaus größten Teilen des Verkehrs wie „Ochs“ wiedergegeben werden. Aber selbst dann unterscheidet sie sich von der Widerspruchsmarke noch durch den in letzterer vorangesetzten

Konsonanten „C“, der üblicherweise wie der Laut „K“ ausgesprochen wird. Zwar werden beide Marken, wie die Widersprechende geltend gemacht hat, in ihrem Gesamteindruck sehr stark durch den klangstarken Konsonanten „X“ an ihrem jeweiligen Wortende geprägt. Da es sich bei beiden Zeichen aber um Kurzwörter handelt, bei denen bereits geringfügige Unterschiede eine Verwechslungsgefahr ausschließen können (vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 7. Aufl., § 9 Rn. 193), und sie sich durch den wie K ausgesprochenen markanten Konsonanten „C“ am üblicherweise besonders beachteten Wortanfang (vgl. Althammer/Ströbele, a.a.O., § 9 Rn. 184) der Widerspruchsmarke unterscheiden, ist nicht zu befürchten, dass der Verkehr den auch bei undeutlicher Aussprache nicht zu überhörenden Anfangskonsonanten keine Beachtung schenken und damit beide Zeichen füreinander halten wird. Soweit die Widersprechende auf die Entscheidung 32 W (pat) 276/00 – NOXX/XOX (veröffentlicht auf der PAVIS CD-ROM) Bezug genommen hat, in der eine Verwechslungsgefahr bejaht worden war, führt dies zu keiner anderen Beurteilung; denn anders als bei den Marken „NOXX/XOX“, in denen der Lautfolge „OX“ jeweils ein Anfangskonsonant vorangeht, enthält im vorliegenden Fall nur die Widerspruchsmarke einen zusätzlichen Konsonanten am Wortanfang, der akustisch klar hervortritt und der Widerspruchsmarke insgesamt eine von „OX“ ausreichend deutlich abweichende Klangwirkung verleiht.

Darüber hinaus bietet auch der Umstand, dass beide Zeichen an bekannte Begriffe erinnern, dem Verkehr eine zusätzliche, allerdings nicht allein entscheidende Unterscheidungshilfe; denn die jüngere Marke erinnert bei ihrer klanglichen Wiedergabe sehr stark an den deutschen Begriff Ochse, der in vielen deutschen Dialekten regelmäßig ohne den Schlussvokal ausgesprochen wird, so dass er klanglich mit der angegriffenen Marke identisch ist; und die Widerspruchsmarke wird weite Teile des Verkehrs, auch wenn ihnen die Bedeutung dieses englischen Wortes für „Steuermann“ in der Regel nicht bekannt sein dürfte, an die Apfelsorte „Cox Orange“ erinnern, deren Namen sie in jedem üblichen Supermarkt häufig begegnen.

Da eine Verwechslungsgefahr daher im Ergebnis nicht gegeben ist und die Markenstelle somit den Widerspruch zu Recht zurückgewiesen hat, war der hiergegen gerichteten Beschwerde der Erfolg zu versagen.

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

Dr. Schermer

Prietzl-Funk

Schwarz

Na