



BUNDESGERICHTSHOF

BESCHLUSS

I ZB 40/03

Verkündet am:
22. September 2005
Walz
Justizamtsinspektor
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in der Rechtsbeschwerdesache

Nachschlagewerk: ja
BGHZ : nein
BGHR : ja

coccodrillo

MarkenG § 9 Abs. 1 Nr. 2, § 43 Abs. 2 Satz 1

Zwischen einer Wort-/Bildmarke, bei der der Anfangsbuchstabe des Wortes "coccodrillo" zu einer ovalen, in einer echsenartigen Tierfigur endenden Umrahmung des restlichen Wortbestandteils ausgebildet ist, und einer älteren, ein Krokodil darstellenden Bildmarke kann trotz Warenidentität und gesteigerter Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke eine Verwechslungsgefahr zu verneinen sein, wenn dem Bildbestandteil in der Gestaltung der angegriffenen Marke nur eine untergeordnete Bedeutung zukommt.

BGH, Beschl. v. 22. September 2005 - I ZB 40/03 - Bundespatentgericht

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 22. September 2005 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Ullmann und die Richter Dr. v. Ungern-Sternberg, Pokrant, Dr. Büscher und Dr. Bergmann

beschlossen:

Die Rechtsbeschwerde gegen den am 21. November 2003 an Verkündungs Statt zugestellten Beschluss des 27. Senats (Marken-Beschwerdesenats) des Bundespatentgerichts wird auf Kosten der Widersprechenden zurückgewiesen.

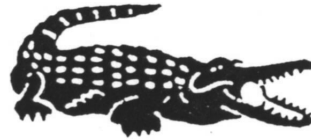
Der Gegenstandswert der Rechtsbeschwerde wird auf 50.000 € festgesetzt.

Gründe:

1. I. Gegen die am 8. Mai 1999 angemeldete, für "Bekleidungsstücke, T-Shirts, Sweatshirts, Schuhwaren, Kopfbedeckungen" eingetragene Wort-/Bildmarke Nr. 399 26 788



hat die Widersprechende Widerspruch erhoben aus ihrer prioritätsälteren IR-Marke R 437 001



2 Diese genießt in Deutschland u.a. Schutz für "Vêtements, non fabriqués en cuir de crocodile ou en imitations de cuir de crocodile".

3 Das deutsche Patent- und Markenamt hat den Widerspruch wegen mangelnder Verwechslungsgefahr zurückgewiesen.

4 Die dagegen gerichtete Beschwerde der Widersprechenden ist ohne Erfolg geblieben.

5 Hiergegen wendet sich die Widersprechende mit der (zugelassenen) Rechtsbeschwerde, deren Zurückweisung die Markeninhaberin beantragt.

6 II. Das Bundespatentgericht hat die Voraussetzungen des Lösungsgrundes der Verwechslungsgefahr (§ 43 Abs. 2 Satz 1 i.V. mit § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG) verneint. Dazu hat es ausgeführt:

7 Die Waren der angegriffenen Marke seien mit den Waren der Widerspruchsmarke zwar teils identisch (Bekleidungsstücke, T-Shirts, Sweatshirts, Kopfbedeckungen) und teils ähnlich (Schuhwaren). Der Widerspruchsmarke sei auch für Bekleidung bereits für den Zeitpunkt der Anmeldung der angegriffenen Marke eine deutlich gesteigerte Kennzeichnungskraft zuzubilligen. Auch wenn

in Wechselbeziehung zu der teilweisen Warenidentität und der gesteigerten Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke eine Verwechslungsgefahr schon bei einem nur geringen Ähnlichkeitsgrad der Marken bestehen könne, sei der Unterschied der Marken jedoch noch ausreichend, um bei den angesprochenen breiten Publikumskreisen sowohl die Gefahr unmittelbarer Verwechslungsgefahr nach Sinn-, Bild- oder Klangwirkung als auch die Gefahr von Verwechslungen aufgrund gedanklicher Verbindung der Marken auszuschließen. Das gelte erst recht für die "Schuhwaren" der angegriffenen Marke, die nur im Ähnlichkeitsbereich von Bekleidung lägen.

- 8 Die angegriffene Marke weiche in ihrem für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr maßgeblichen Gesamteindruck schon wegen des zusätzlichen Wortbestandteils, der von dem darunter angeordneten Bildbestandteil ovalartig umrahmt sei, so stark von der älteren Bildmarke ab, dass die Gefahr unmittelbarer Verwechslungen der Marken in ihrer Gesamtheit nicht bestehe. Eine unmittelbare Verwechslungsgefahr ergebe sich auch nicht aufgrund des Bildbestandteils der angegriffenen Marke, weil er im Rahmen der Gesamtkombination nicht selbständig kennzeichnend hervortrete. Im vorliegenden Fall stehe der Gefahr, dass der Verkehr die ältere Bildmarke in der angegriffenen Marke wieder zu erkennen glaube, entgegen, dass die Tierfigur in der grafischen Gesamtgestaltung der angegriffenen Marke sowohl größenmäßig als auch in ihrer Eigenschaft als schmückende Umrahmung des Wortbestandteils eine eher untergeordnete Stellung einnehme. Der Betrachter müsse seinen Blick daher schon genauer von dem Wortbestandteil auf die darunter angeordnete und nur umrisshaft wiedergegebene länglich-schmale Tierfigur lenken, um überhaupt zu erkennen, dass sie am Rücken schwach angedeutete Zacken und kleine Füße aufweise, also ein echsen- bzw. krokodilartiges Tier darstellen solle. Infolge des zu einer ovalen Umrahmung des Wortbestandteils ausgebildeten Schwanzes der Tierfigur seien Wort und Bild zudem so eng zu einer emblemartigen Einheit

mit eigenständiger Kennzeichnungsfunktion verwoben, dass nicht anzunehmen sei, für den Betrachter stehe die Tierfigur im Vordergrund und er verwechsle die angegriffene Marke daher in bildlicher Hinsicht unmittelbar mit der Widerspruchsmarke.

9 Die angegriffene Marke biete auch keinen Anlass für unmittelbare begriffliche Verwechslungen mit der Widerspruchsmarke. Der Wortbestandteil "cocodrillo", der im Italienischen "Krokodil" bedeute, gebe zwar den Sinngehalt der älteren Bildmarke erschöpfend wieder. Dies erschließe sich aber nur einem im Verhältnis zu dem hier angesprochenen breiten Verbraucherpublikum kaum als relevant zu erachtenden kleinen Teil des deutschen Verkehrs mit guten Italienischkenntnissen. Die übrigen Verkehrskreise, denen im Wesentlichen nur gängige Basiswörter der italienischen Sprache geläufig seien, würden der angegriffenen Marke vielfach überhaupt nur das Wort "occodrillo" entnehmen, weil sie den breiten Teil der ovalen Umrahmung nicht als Symbol für den Buchstaben "c" wahrnähmen. Aber auch für den Teil der Verbraucher, der das Wort "coccodrillo" erkenne, liege die Annahme fern, es handele sich um das aus irgendeiner romanischen Fremdsprache stammende Wort für "Krokodil". Wegen des von dem deutschen Ausdruck "Krokodil" erheblich abweichenden fremdartigen Wortcharakters der Bezeichnung "coccodrillo" würden sie darin in der Regel eine Phantasiebezeichnung sehen. Daran ändere auch die unter dem Wort "coccodrillo" angeordnete Tierfigur nichts.

10 Auch in klanglicher Hinsicht bestehe keine Verwechslungsgefahr zwischen dem in der Regel der mündlichen Benennung der angegriffenen Marke dienenden Wortbestandteil und der älteren Bildmarke, die wörtlich als "Krokodil" zu bezeichnen sei. Es bestünden auch keine Anhaltspunkte für eine Verwechslungsgefahr der Marken aufgrund gedanklicher Verbindung i.S. des § 9 Abs. 1 Nr. 2 Halbs. 2 MarkenG. Der Ansicht der Widersprechenden, wegen der Be-

kanntheit ihrer "Krokodil"-Marke verbinde der Verkehr jedes Kennzeichen, das ebenfalls die Darstellung eines Krokodils aufweise, automatisch mit ihrem Unternehmen, weil es im Bekleidungsbereich andere Kennzeichen mit diesem Motiv nicht gebe, sei in dieser Allgemeinheit nicht zu folgen. Gegen die Annahme, die jüngere Marke sei ein weiteres Kennzeichen der Widersprechenden, spreche sowohl die Art der Einbindung des Krokodilmotivs in die Gesamtkombination als auch die Art der bildlichen Abwandlung des Motivs - umrisshaft stilisiert einerseits, naturalistisch andererseits. Aufgrund der Gesamtgestaltung der jüngeren Marke liege für den Verkehr die Vorstellung fern, eine Modernisierung der älteren Marke oder ein Kennzeichen vor sich zu haben, das von der Widersprechenden in abgewandelter Form als Zweitmarke im Sinne eines Neben- oder Sublabels für eine andere Produktlinie oder -serie verwendet werde.

11 III. Die gegen diese Beurteilung gerichtete Rechtsbeschwerde der Widersprechenden ist zulässig, hat aber in der Sache keinen Erfolg. Das Bundespatentgericht hat das Vorliegen einer Verwechslungsgefahr (§ 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG) ohne Rechtsfehler verneint.

12 1. Nach der ständigen Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs ist die Frage, ob Verwechslungsgefahr i.S. von § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG vorliegt, wie bei § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG unter Heranziehung aller Umstände des Einzelfalls umfassend zu beurteilen. Dabei ist von einer Wechselwirkung zwischen der Identität oder Ähnlichkeit der Waren oder Dienstleistungen, dem Grad der Ähnlichkeit der Marken und der Kennzeichnungskraft der prioritätsälteren Marke in der Weise auszugehen, dass ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Waren oder Dienstleistungen durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Marken oder durch eine gesteigerte Kennzeichnungskraft der älteren Marke ausgeglichen werden kann und umgekehrt (vgl. BGH, Beschl. v. 16.3.2000 - I ZB 43/97, GRUR 2000, 886 f. = WRP 2001, 37 - Bayer/BeiChem; Beschl. v.

24.2.2005 - I ZB 2/04, GRUR 2005, 513, 514 = WRP 2005, 744 - MEY/Ella May, m.w.N.). Von diesen Grundsätzen ist das Bundespatentgericht zutreffend und von der Rechtsbeschwerde auch unangegriffen ausgegangen. Es hat auch beachtet, dass bei Warenidentität und gesteigerter Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke bereits ein nur geringer Ähnlichkeitsgrad der Marken ausreicht, um eine Verwechslungsgefahr zu begründen (vgl. BGH, Urt. v. 6.7.2000 - I ZR 21/98, GRUR 2001, 158, 160 = WRP 2001, 41 - Drei-Streifen-Kennzeichnung, m.w.N.).

13 2. Das Bundespatentgericht hat rechtsfehlerfrei angenommen, dass zwischen den Waren, für welche die Widerspruchsmarke Schutz genießt, und den von der angegriffenen Marke erfassten Waren "Bekleidungsstücke, T-Shirts, Sweatshirts, Kopfbedeckungen" Identität besteht sowie die "Schuhwaren" der angegriffenen Marke den Waren der Widerspruchsmarke ähnlich sind. Auch dagegen wendet sich die Rechtsbeschwerde nicht.

14 3. Für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr ist die Kennzeichnungskraft des prioritätsälteren Zeichens von wesentlicher Bedeutung, sei es als Kennzeichnungskraft von Haus aus, sei es als eine kraft Benutzung erworbene (vgl. EuGH, Urt. v. 11.11.1997 - Rs. C-251/95, Slg. 1997, I-6214 = GRUR 1998, 387, 390 Tz. 24 = WRP 1998, 39 - Sabèl/Puma; BGH, Urt. v. 19.2.2004 - I ZR 172/01, GRUR 2004, 594, 597 = WRP 2004, 909 - Ferrari-Pferd). Dabei spielt der Grad der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke nicht nur im Rahmen der Wechselwirkung der verschiedenen Beurteilungsfaktoren eine Rolle. Besteht die angegriffene Marke wie hier aus mehreren Bestandteilen, so ist bei Ähnlichkeit oder Identität eines oder mehrerer Bestandteile der angegriffenen Marke mit der Widerspruchsmarke deren kraft Benutzung im Kollisionszeitpunkt gesteigerte Kennzeichnungskraft schon bei der Prüfung, welche Bestandteile den Gesamteindruck der angegriffenen Marke bestimmen, zu berücksich-

tigen (vgl. BGH, Urt. v. 13.3.2003 - I ZR 122/00, GRUR 2003, 880, 881 = WRP 2003, 1228 - City Plus; vgl. ferner BGH, Beschl. v. 29.6.1995 - I ZB 22/93, GRUR 1996, 198, 199 = WRP 1997, 443 - Springende Raubkatze).

15 Das Bundespatentgericht hat eine erhöhte Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke kraft Benutzung angenommen. Es hat den Grad der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke, der nach Ansicht der Rechtsbeschwerde eine wegen außerordentlicher Bekanntheit herausragende bzw. deutlich erhöhte Kennzeichnungskraft zukommt, nicht zu niedrig bestimmt, indem es ihr, wie die Rechtsbeschwerde rügt, lediglich eine gesteigerte Kennzeichnungskraft zugemessen hat. Das Bundespatentgericht ist vielmehr von einer deutlich gesteigerten Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke ausgegangen, die es daraus hergeleitet hat, dass die für das Kennzeichen "LACOSTE" mit der darüber angeordneten Krokodildarstellung der Widerspruchsmarke ausgewiesene überragende Bekanntheit sich in diesem Umfange auch auf die Krokodildarstellung allein erstreckt. Es hat sich dabei auf Umfrageergebnisse bezogen, die einen Bekanntheitsgrad von 76 % für das Jahr 1997, von 77 % für das Jahr 2001 und von 88 % im Befragungszeitraum 1993/94 für Westdeutschland ergeben haben, und hat angenommen, dass der Firmenname und das "Krokodil"-Logo hinsichtlich des Grades ihrer Verkehrsbekanntheit nicht wesentlich voneinander abweichen. Danach hat das Bundespatentgericht den Grad der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke nicht zu niedrig bemessen, sondern hat in Übereinstimmung mit dem Vortrag der Widersprechenden seiner Beurteilung eine deutlich erhöhte Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke zugrunde gelegt.

16 4. Den Grad der Ähnlichkeit der beiden Marken hat das Bundespatentgericht als so gering angesehen, dass trotz der Identität für einen Teil der Waren und der gesteigerten Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke eine unmit-

telbare Verwechslungsgefahr, d.h. die Gefahr, dass das angegriffene Zeichen für die ältere Marke gehalten wird, auszuschließen sei. Diese Beurteilung hält den Angriffen der Rechtsbeschwerde stand.

17 a) Die Frage der Ähnlichkeit einander gegenüberstehender Marken ist nach deren Ähnlichkeit im Klang, im (Schrift-)Bild und im Bedeutungs- oder Sinngehalt zu beurteilen, weil Marken auf die mit ihnen angesprochenen Verkehrskreise in klanglicher, bildlicher und begrifflicher Hinsicht wirken können. Um die Markenähnlichkeit zu bejahen, reicht in der Regel bereits die Ähnlichkeit in einem der genannten Wahrnehmungsbereiche aus (vgl. EuGH GRUR 1998, 387, 390 Tz. 23 - Sabèl/Puma; BGHZ 139, 340, 347 - Lions). Das Bundespatentgericht ist dabei von dem das Kennzeichenrecht beherrschenden Grundsatz ausgegangen, dass es auf den jeweiligen Gesamteindruck der einander gegenüberstehenden Zeichen ankommt (vgl. BGH GRUR 2004, 594, 597 - Ferrari-Pferd; Urt. v. 22.7.2004 - I ZR 204/01, GRUR 2004, 865, 866 = WRP 2004, 1281 - Mustang, m.w.N.). Soweit die Beurteilung des Gesamteindrucks auf tatsächlichem Gebiet liegt, kann sie nur eingeschränkt darauf überprüft werden, ob ihr ein unzutreffender Rechtsbegriff zugrunde liegt, sie gegen Erfahrungssätze oder Denkgesetze verstößt oder wesentliche Umstände nicht berücksichtigt (vgl. BGH, Beschl. v. 18.3.1999 - I ZB 24/96, GRUR 1999, 990, 991 = WRP 1999, 1041 - Schlüssel; Urt. v. 26.4.2001 - I ZR 212/98, GRUR 2002, 167, 169 = WRP 2001, 1320 - Bit/Bud).

18 b) Bei der Bestimmung des Gesamteindrucks der angegriffenen Marke hat das Bundespatentgericht maßgeblich auf deren Wortbestandteil abgestellt. Der Bildbestandteil der angegriffenen Marke trete auch in Anbetracht der gesteigerten Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke im Rahmen der Gesamtkombination nicht selbstständig kennzeichnend hervor. Vielmehr seien infolge des zu einer ovalen Umrahmung des Wortbestandteils ausgebildeten

Schwanzes der Tierfigur Wort und Bild eng als emblemartige Einheit zu einem eigenständigen Kennzeichen verwoben. Die Tierfigur nehme in der grafischen Gesamtgestaltung der angegriffenen Marke sowohl größtmäßig als auch in ihrer Eigenschaft als schmückende Umrahmung des Wortbestandteils eine eher untergeordnete Stellung ein. Diese Beurteilung ist aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden.

19 aa) Ein einzelner Zeichenbestandteil kann unter Umständen eine besondere das gesamte Zeichen prägende Kennzeichnungskraft aufweisen, so dass die anderen Bestandteile im Rahmen des Gesamteindrucks weitgehend in den Hintergrund treten (vgl. BGH, Urt. v. 22.4.2004 - I ZR 189/01, GRUR 2004, 778, 779 = WRP 2004, 1173 - URLAUB DIREKT; BGH GRUR 2004, 865, 866 - Mustang, m.w.N.). Das kann auch darauf beruhen, dass ein Bestandteil den Verkehr an ein bekanntes oder sogar berühmtes Zeichen erinnert, das er deshalb in der anderen Kennzeichnung wiederzuerkennen glaubt (vgl. BGH GRUR 2004, 594, 597 - Ferrari-Pferd; vgl. auch Urt. v. 5.4.2001 - I ZR 168/98, GRUR 2002, 171, 175 = WRP 2001, 1315 - Marlboro-Dach). Nicht ausreichend ist es dagegen, dass der übereinstimmende Bestandteil für den Gesamteindruck eines der beiden sich gegenüberstehenden Zeichen lediglich mitbestimmend ist (vgl. BGH, Beschl. v. 8.7.1999 - I ZB 49/96, GRUR 2000, 233, 234 = WRP 2000, 173 - RAUSCH/ELFI RAUCH; BGH GRUR 2003, 880, 881 - City Plus).

20 bb) Das Bundespatentgericht ist bei seiner Beurteilung rechtsfehlerfrei davon ausgegangen, dass dem Bildbestandteil der angegriffenen Marke eine deren Gesamteindruck allein oder wesentlich (mit)bestimmende Kennzeichnungsfunktion nicht zukommt. Zutreffend hat das Bundespatentgericht in diesem Zusammenhang darauf abgestellt, dass Bild- und Wortbestandteil der angegriffenen Marke zu einer emblemartigen Einheit miteinander verwoben sind, indem das zu einem Oval verlängerte "c" des Wortbestandteils in dem in der

Tierfigur bestehenden Bildbestandteil endet und diese ovalartige Umrahmung den restlichen Teil des Wortbestandteils ("occodrillo") einschließt. Bei einer Aufmachung, bei der wie hier die einzelnen Bestandteile ineinander verwoben sind, liegt die Annahme einer selbständigen Kennzeichnungsfunktion eines Bestandteils fern (vgl. BGH GRUR 2002, 171, 175 - Marlboro-Dach). Der Annahme einer selbständigen oder zumindest den Gesamteindruck wesentlich mitbestimmenden Kennzeichnungsfunktion des Bildbestandteils der angegriffenen Marke steht ferner entgegen, dass er, wie das Bundespatentgericht zutreffend angenommen hat, als Teil der schmückenden Umrahmung des Wortbestandteils und wegen seiner unauffälligen, lediglich umrisshaften Gestaltung eine eher untergeordnete Stellung einnimmt (vgl. BGH GRUR 2004, 778, 779 - URLAUB DIREKT). Außerdem hat das Bundespatentgericht zu Recht berücksichtigt, dass, wie es tatrichterlich festgestellt hat, nur bei sehr genauer Betrachtung in dem Bildbestandteil der angegriffenen Marke die Darstellung eines echten- oder krokodilartigen Tieres zu erkennen ist. Die nur umrissartige, stilisierte Wiedergabe der Tierfigur weicht erheblich von der in allen Einzelheiten naturgetreuen Krokodildarstellung der Widerspruchsmarke ab. In dem Wortbestandteil kann, wie das Bundespatentgericht weiter rechtsfehlerfrei festgestellt hat, eine aussprechbare Phantasiebezeichnung gesehen werden. Unter diesen Umständen kann daher nicht davon ausgegangen werden, dass im vorliegenden Fall der Bildbestandteil wegen der gesteigerten Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke in Abweichung von dem Grundsatz, dass bei einer Wort-/Bildmarke in der Regel der Wortbestandteil deren Gesamteindruck prägt (BGH GRUR 2004, 778, 779 - URLAUB DIREKT, m.w.N.), den Gesamteindruck der angegriffenen Marke allein oder jedenfalls maßgeblich bestimmt, wie die Rechtsbeschwerde geltend macht.

- 21 c) Kommt dem Bildbestandteil innerhalb der angegriffenen Marke somit keine deren Gesamteindruck prägende, sondern vielmehr nur eine untergeord-

nete Bedeutung zu, so ist die Auffassung des Bundespatentgerichts, die Abweichung im bildlichen Gesamteindruck der beiden Marken sei wegen des bei der angegriffenen Marke zusätzlichen Wortbestandteils, der von dem darunter angeordneten Bildbestandteil ovalartig umrahmt sei, so stark, dass die Gefahr einer unmittelbaren Verwechslung der Marken nicht bestehe, aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden.

22

d) Das Bundespatentgericht ist weiter rechtsfehlerfrei davon ausgegangen, dass eine Gefahr der Verwechslung der beiden Marken auch nicht wegen einer Übereinstimmung in ihrem Sinngehalt gegeben ist. Zwischen einer Wort-/Bildmarke und einer Bildmarke kann zwar eine Verwechslungsgefahr wegen einer Übereinstimmung im Bedeutungsgehalt der Zeichen bestehen. Wird der Gesamteindruck der Wort-/Bildmarke wie hier bei der angegriffenen Marke durch deren Wortbestandteil geprägt, so ist aber Voraussetzung für eine Verwechslungsgefahr nach dem Sinngehalt der Zeichen, dass das Wort aus der Sicht der angesprochenen Durchschnittsverbraucher die naheliegende, ungezwungene und erschöpfende Bezeichnung des Bildes darstellt (vgl. BGH GRUR 1999, 990, 992 - Schlüssel; Urt. v. 29.4.2004 - I ZR 191/01, GRUR 2004, 779, 783 = WRP 2004, 1046 - Zwilling/Zweibrüder). Diese Voraussetzung hat das Bundespatentgericht rechtsfehlerfrei verneint. Zwar gebe der Wortbestandteil "coccodrillo", der in der italienischen Sprache "Krokodil" bedeute, den Sinngehalt der älteren Bildmarke erschöpfend wieder. Nach Ansicht des Bundespatentgerichts erschließt sich dieser Bedeutungsgehalt dem angesprochenen Durchschnittsverbraucher jedoch nicht in naheliegender und ungezwungener Weise. Dem angesprochenen breiten Verbraucherpublikum, dem im wesentlichen nur gängige Basiswörter der italienischen Sprache geläufig seien, liege die Annahme fern, es handele sich bei dem Wort "coccodrillo" um das aus irgendeiner romanischen Fremdsprache stammende Wort für "Krokodil". Viel-

mehr werde es darin eine Phantasiebezeichnung sehen, selbst wenn ein Bezug zu dem abgebildeten Tier hergestellt werde.

23 Diese Beurteilung ist aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden. Entgegen der Ansicht der Rechtsbeschwerde kann nicht angenommen werden, zwischen den Wörtern "coccodrillo" und "Krokodil" bestehe eine solche Ähnlichkeit in der Klangwirkung, dass der angesprochene Durchschnittsverbraucher in dem Wort "coccodrillo" unschwer die südländische Form des Wortes "Krokodil" erkennt und deshalb von einer Übereinstimmung im Bedeutungsgehalt der Zeichen auszugehen ist.

24 e) Von einem Klangunterschied zwischen den Wörtern "coccodrillo" und "Krokodil" ist auch das Bundespatentgericht ausgegangen. Allerdings vermag der Umstand, dass die Darstellung der älteren Bildmarke wörtlich als "Krokodil" bezeichnet wird, nur unter dem Gesichtspunkt einer - hier zu verneinenden - begrifflichen Verwechslungsgefahr Bedeutung zu erlangen. Eine Verwechslungsgefahr wegen klanglicher Zeichenähnlichkeit kommt entgegen der Auffassung des Bundespatentgerichts bei einem Bildzeichen nicht in Betracht.

25 5. Rechtsfehlerfrei hat das Bundespatentgericht bei der gegebenen Sachlage auch eine Verwechslungsgefahr im Sinne der in § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG besonders angesprochenen Gefahr des gedanklichen Inverbringens dahingehend, dass die Zeichen zwar nicht miteinander verwechselt, aber demselben Inhaber zugeordnet werden, ebenso verneint wie eine Verwechslungsgefahr im weiteren Sinn. Bei letzterer Art der Verwechslungsgefahr erkennt der Verkehr zwar gleichfalls die Unterschiede zwischen den Marken, stellt aber einen organisatorischen oder wirtschaftlichen Zusammenhang zwischen den Markeninhabern her (vgl. BGH GRUR 2004, 779, 783 - Zwilling/Zweibrüder, m.w.N.).

- 26 a) Eine Verwechslungsgefahr durch die Gefahr des gedanklichen Inverbindungbringens kann gegeben sein, wenn sich dem Verkehr aufdrängt, dass die Zeichen wegen ihres Sinngehalts und ihrer Zeichenbildung aufeinander bezogen sind (vgl. BGH GRUR 2004, 779, 782 - Zwilling/Zweibrüder, m.w.N.). Dies setzt aber voraus, dass die Übereinstimmungen zwischen den Zeichen nicht lediglich eine allgemeine, nicht herkunftshinweisende rein assoziative gedankliche Verbindung bewirken, die für die Annahme einer Verwechslungsgefahr nicht ausreicht (vgl. EuGH GRUR 1998, 387, 390 Tz. 26 - Sabèl/Puma; BGH, Urt. v. 24.1.2002 - I ZR 156/99, GRUR 2002, 544, 547 = WRP 2002, 537 - BANK 24; BGH GRUR 2004, 779, 782 - Zwilling/Zweibrüder).
- 27 Rechtsfehlerfrei hat das Bundespatentgericht angenommen, dass für den Verkehr im vorliegenden Fall sowohl wegen der Art der Einbindung des Krokodilmotivs in die Gesamtkombination der angegriffenen Marke als auch wegen der bildlichen Abwandlung des Motivs die Vorstellung fernliegt, die jüngere Marke sei gleichfalls ein Zeichen der Widersprechenden. Entgegen der Auffassung der Rechtsbeschwerde führt der Umstand, dass auf dem hier betroffenen Markt vielfach von Bekleidungsherstellern neben der Hauptmarke eine sog. "junge Linie" mit einem wenig verfremdeten oder leicht abgewandelten "Logo" der teureren Linie angeboten wird, wegen der deutlichen Unterschiede zwischen der angegriffenen und der Widerspruchsmarke nicht zu einer anderen Beurteilung.
- 28 b) Aus demselben Grunde kann eine Verwechslungsgefahr im weiteren Sinn nicht angenommen werden. Die Unterschiede zwischen den beiden Zeichen sind so groß, dass sich für den Verkehr nicht der Eindruck aufdrängen kann, sie seien zur Kennzeichnung einer bestehenden Unternehmensverbindung aufeinander bezogen.

29 6. Fehlt es somit an einer Verwechslungsgefahr im Sinne des § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG, so ist nicht nur der Widerspruchsgrund des § 42 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG, sondern auch der von der Rechtsbeschwerde angeführte Widerspruchsgrund des § 42 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht gegeben.

30 IV. Danach ist die Rechtsbeschwerde auf Kosten der Widersprechenden (§ 90 Abs. 2 MarkenG) zurückzuweisen.

Ullmann

v. Ungern-Sternberg

Pokrant

Büscher

Bergmann

Vorinstanz:

Bundespategericht, Entscheidung vom 21.11.2003 - 27 W(pat) 57/02 -