

BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 119/00

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 399 59 028.5

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 23. Mai 2001 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Stoppel, der Richterin Martens sowie des Richters Kunze

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Angemeldet zur Eintragung in das Markenregister für die Waren und Dienstleistungen

Klasse 3

Parfümeriewaren, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege

Klasse 8

Messerschmiedewaren, Gabeln, Löffeln, sowie Eßbestecksätze.

Klasse 9

Magnetaufzeichnungsträger, insbesondere bespielte Bild CD's, Musik CD's, Musikcassetten und Videoaufzeichnungen.

Klasse 14

Edelmetalle und deren Legierungen sowie daraus hergestellte oder damit Plattierte Waren soweit in Klasse 14 enthalten, Juwelierwaren, Schmuckwaren, Edelsteine, Uhren und Zeitmeßinstrumente, Sehhilfen, insbesondere Brillen.

Klasse 18

Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus, soweit in Klasse 18 enthalten. Häute und Felle, Reise- und Handkoffer, Sporttaschen Ruck- und Packtaschen, Beutel und Säcke, Reisezubehör - nämlich Geldbörsen, Brieftaschen, Schlüsseletuis, Brillenetuis, Schmucktaschen, Schmuckkästen, Kleidertaschen. Regenschirme, Sonnenschirme und Spazierstöcke. Peitschen, Pferdegeschirre und Sattlerwaren.

Klasse 21

Geräte und Behälter für Haushalt und Küche (nicht aus Edelmetall oder Plattiert) Glaswaren, Porzellan und Steingut soweit in Klasse 21 enthalten.

Klasse 25

Bekleidungswaren, Schuhwaren, Kopfbedeckungen für Sport und Freizeit.

Klasse 28

Spiele, Spielzeug. (auch Modellspielzeuge aller Art und alle Antriebssysteme) Turn- Sport- und Freizeitartikel einschließlich Sportbekleidungsstücke aller Art soweit in Klasse 28 enthalten.

Klasse 33

Alkoholische Getränke (ausgenommen Biere).

Klasse 35

Werbung. (Auch Werbeartikel aller Art). Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung, Büroarbeiten.

ist die Wort-/Bildmarke

siehe Abb. 1 am Ende

Die Markenstelle für Klasse 14 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG mit der Begründung zurückgewiesen, sie erschöpfe sich in der Sachaussage "olympisch, limitierte Edition" und auch die graphische Gestaltung könne den Schutz der Marke insgesamt nicht begründen.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde des Anmelders mit dem Antrag,

den angefochtenen Beschluß aufzuheben.

Er vertritt die Ansicht, die Gesamterscheinung der Marke werde nicht als werbeüblich empfunden, so daß die Unterscheidungskraft nicht fehle und ein Freihaltungsbedürfnis nicht bestehe.

II.

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet, denn der angemeldeten Bezeichnung steht auch nach Auffassung des Senats das Schutzhindernis des § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG entgegen. Ihr fehlt jegliche Unterscheidungskraft.

Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung im Verkehr als Herkunftshinweis für die angemeldeten Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden. Bei der Beurteilung ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, dh jede, auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden. Diese Unterscheidungskraft fehlt jedoch, wenn dem Zeichen ausschließlich ein für die beanspruchten Waren im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden kann.

Dies ist hier der Fall, und damit erfüllt das Anmeldezeichen in seiner Gesamtheit selbst die geringen Anforderungen an die Unterscheidungskraft nicht.

Die Wortbestandteile der Markenmeldung ergeben - wie die Markenstelle zu-
treffend festgestellt hat – zwanglos die rein sachbezogene Aussage, die so ge-
kennzeichneten Waren und Dienstleistungen würden exklusiv aus Anlaß der
Olympischen Spielen in einer begrenzten Stückzahl produziert bzw angeboten.
Dies liegt um so mehr auf der Hand als es sich dabei um typische Souvenir- und
Merchandisingartikel bzw um solche Dienstleistungen handelt, die gezielt zu be-
stimmten sportlichen Ereignissen oder kulturellen Veranstaltungen (zB Expo),
hergestellt bzw erbracht werden. Die Bezeichnung "Limited Edition" findet sich
darüber hinaus auf zahlreichen Warengebieten als üblicher Hinweis auf ein zeitlich
und mengenmäßig begrenztes Angebot, bei dem man wegen seiner Exklusivität
schnell zugreifen müsse. Die adjektivische Verbindung zwischen dieser werbli-
chen Anpreisung und dem Wort "OLYMPIC" schafft eine einheitlich rein sachbe-
zogene Aussage, die somit zum einen mit den vom Anmelder zitierten Voreintra-
gungen zu "OLYMPIC" schon aus Rechtsgründen nicht vergleichbar ist und auch
in der Gesamtschau keinen phantasievollen Überschuß enthält, aus dem ein mar-
kenrechtlicher Schutz hergeleitet werden könnte.

Soweit der Anmelder in seiner Beschwerdebegründung vorrangig auf die seiner
Ansicht nach phantasievolle Gestaltung der Marke abhebt, kann dies die Schutz-
fähigkeit der Anmeldung nicht begründen. Denn der Ring um die untereinander
angeordneten Wortbestandteile stellt ein gängiges graphisches Hilfsmittel zu de-
ren Hervorhebung dar. Daß die Umrahmung mehrfarbig gestaltet ist und zwar
nach Angaben des Anmelders in den traditionellen olympischen Farben, wieder-
holt und verstärkt lediglich die Sachaussage mit graphischen Mitteln und kann
sofern die farbige Gestaltung vom Verkehr überhaupt in dieser Bedeutung gese-
hen wird, ebenfalls nicht zu einem phantasievollen Überschuß der Marke insge-
samt führen. Muß nämlich vorliegend vor dem Hintergrund der für die bean-
spruchten Waren rein sachbezogenen Aussage sogar von einem Freihaltungsbe-

dürfnis ausgegangen werden, steigen die Anforderungen an die bildliche Gestaltung einer Kombinationsmarke, damit die Schutzhindernisse des § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG überwunden werden können (vgl BPatGE 36,29ff Color Collection). In diesem Zusammenhang wird aber eine bloße farbige Umrahmung der Sachaussage vom Verkehr als werbeüblich und damit als ungeeignet angesehen, zur Unterscheidung nach der betrieblichen Herkunft der Waren zu dienen.

Soweit der Anmelder hilfsweise der Beschwerde ein durch Streichung einzelner Waren und Dienstleistungen geändertes Warenverzeichnis zugrundelegt, hat dies vor dem Hintergrund der obigen Ausführungen ersichtlich keine Auswirkungen auf die Beurteilung der Schutzfähigkeit.

Die Beschwerde konnte daher keinen Erfolg haben.

Stoppel

Martens

Kunze

prä

Abb. 1

