



BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 130/02

(AktENZEICHEN)

Verkündet am
3. Juni 2003

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 301 51 592.1

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 3. Juni 2003 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie des Richters Dr. Hacker und der Richterin Kirschneck

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluß der Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 26. März 2002 insoweit aufgehoben, als die Anmeldung zurückgewiesen worden ist.

Gründe

I.

Die Wortmarke

DARK BLUE

ist für verschiedene Waren der Klasse 3 zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden.

Mit Beschluß vom 26. März 2002 hat die Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts, besetzt mit einer Beamtin des höheren Dienstes, die Anmeldung teilweise, und zwar für die Waren

"Toilettenseifen; Parfümeriewaren; Mittel zur Körper- und Schönheitspflege; auf der Basis von Duftstoffen hergestellte Toilettenartikel; Präparate für die Reinigung, Pflege und Verschönerung der Haut; Körperdeodorants,"

wegen fehlender Unterscheidungskraft gemäß §§ 37 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zurückgewiesen. Der angemeldete, dem englischen Grundwortschatz angehörende Begriff "DARK BLUE" bedeute "dunkelblau" und werde von den angesprochenen breiten inländischen Verkehrskreisen auch insoweit verstanden. Heutzutage sei es üblich, sowohl Körperpflegemittel als auch Parfüms in bestimmten Farben, sowohl bezogen auf die Verpackung als auch auf das Produkt selbst, anzubieten. Farben spielten in der Kosmetik und der Werbepsychologie eine große Rolle. "Blau" weise auf Frische hin, "grün" auf pflanzliche Inhaltstoffe, "dunkelbraun" auf Körperpflegeserien mit männlich-herber Duftnote usw. Es sei gebräuchlich, Pflegeserien die gleiche Farbe zu geben oder sie sogar nach Farben zu benennen; zB habe die Firma Fenjala eine Serie, die nicht nur in Türkis gehalten sei, sondern auch "Türkis" heiße. Der Marke fehle daher jegliche Unterscheidungskraft. Die Eintragungen identischer oder vergleichbarer Marken könnten keinen Anspruch auf Eintragung begründen.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie beantragt (sinngemäß),

den angefochtenen Beschluß aufzuheben.

Die Marke besitze - unter Berücksichtigung der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs, des Bundespatentgerichts und des Europäischen Gerichtshofs - für die von der Zurückweisung betroffenen Waren die erforderliche Unterscheidungskraft. Zwar werde nicht bestritten, daß der Begriff "DARK BLUE" zum Grundwortschatz der englischen Sprache gehöre, der auch für den inländischen Verkehr ohne weiteres verständlich sei. Allein aus der Behauptung, Farben spielten in der Kosmetik eine große Rolle, könne aber nicht die fehlende Unterscheidungskraft der Marke hergeleitet werden. Die Anmelderin begehre keinen Schutz für die Farbmarke "dunkelblau", sondern für die Wortmarke "DARK BLUE". Diese Wortzusammensetzung, zumal in englischer Sprache, sei aber weder ein für Produkte der Klasse 3 allgemein verwendeter Begriff noch sei er hierfür unmittelbar beschreibend. Das

Wort "blue" könne mit "blau", "melancholisch" oder "trübsinnig" übersetzt werden, wobei keine dieser Übersetzungsmöglichkeiten die Waren der Anmelderin beschreibe. Insbesondere hätten die Waren nichts mit der Farbe "Blau" zu tun. Präparate zur Pflege des Körpers und der Haut seien durchweg weiß ausgestaltet. Die äußere Verpackung spiele dabei eine untergeordnete Rolle, weil es dem Verbraucher auf die spezielle Anwendungs- und Wirkungsweise des Produktes ankomme, nicht auf optische Effekte. Auch habe sich im Parfümerie- und Kosmetikbereich keine Praxis herausgebildet, Waren mit Farbangaben zu benennen. Allenfalls würden Farben zur Einfärbung der Produkte verwendet, nicht hingegen zu deren Bezeichnung. Auch die Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs vom 6. Mai 2003 "Orange" zeige, daß sehr deutlich zwischen einer Farbmarke einerseits und einer eine Farbe bezeichnenden Wortmarke andererseits zu trennen sei. Zur Unterstützung der Argumentation werde auf Eintragungen ähnlicher Marken für identische oder ähnliche Waren hingewiesen, insbesondere auf die mittlerweile erfolgte Eintragung der Gemeinschaftsmarke 1 111 590 "DARK BLUE" für die Anmelderin. Die angemeldete Marke sei ferner nicht freihaltebedürftig iSd § 8 Abs. 2 Nr 2 MarkenG. Die Bezeichnung sei für die hier angemeldeten Waren unbestimmt und interpretationsbedürftig und bestehe nicht ausschließlich aus freihaltebedürftigen Angaben, die im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale der Waren dienen könnten.

Im Beschwerdeverfahren schränkt die Anmelderin den von der Zurückweisung betroffenen beschwerdegegenständlichen Teil des Warenverzeichnisses wie folgt ein:

"Mittel zur Körper- und Schönheitspflege; auf der Basis von Duftstoffen hergestellte Toilettenartikel; Präparate für die Reinigung, Pflege und Verschönerung der Haut; sämtliche vorgenannten Waren ausgenommen solche mit färbenden Eigenschaften oder Wirkungen; Toilettenseifen; Parfümeriewaren; Körperdeodorants."

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache Erfolg. Nach Auffassung des Senats stehen der Eintragung der angemeldeten Marke für die nach Einschränkung konkret noch beanspruchten beschwerdegegenständlichen Waren die Schutzhindernisse des § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG nicht entgegen.

Wie von der Markenstelle zutreffend festgestellt, kommt der angemeldeten englischen Wortkombination "DARK BLUE" die Bedeutung "dunkelblau" zu (vgl. PONS, Großwörterbuch für Experten und Universität, Deutsch-Englisch, 2001, S 193). Angesichts des aus einfachsten englischen Grundwörtern bestehenden Begriffs ist außerdem davon auszugehen, daß die angesprochenen inländischen Verkehrskreise den sich aus der direkten Übersetzung ergebenden Wortsinn "dunkelblau" ohne weiteres und eindeutig als Farbbezeichnung erfassen werden.

In diesem Sinn stellt der Begriff "DARK BLUE" nach Auffassung des Senats zwar für solche Waren eine lediglich sachlich beschreibende, nach den obigen Bestimmungen nicht unterscheidungskräftige und freihaltebedürftige Angabe dar, bei denen die dunkelblaue Farbe oder Farbwirkung ein wesentliches Produktmerkmal darstellt, wie dies speziell im Bereich der dekorativen Kosmetika, etwa bei Lidschatten, Kajalstiften, Mascara, Nagellacken, Lippenstiften oder Haarfarben bzw -tönungen, der Fall sein kann (vgl. hierzu die der Anmelderin übermittelten Ergebnisse einer vom Senat durchgeführten Internet-Recherche, Google-Suche, zu den Begriffen "Kosmetik blau", die etliche einschlägige Kosmetika in verschiedenen Blautönen ausweist, zB "Color Creme, Blau Schwarz Nr 891", "Lidschatten in den Klassik-Nuancen meer-blau, blau-violett...", "Mascara schwarz-blau" oder den "Ayurvedischen Kajal Dunkelblau, von Lakshmi"). Für die nach Einschränkung verbleibenden streitgegenständlichen Waren ist jedoch eine insofern beschrei-

bende Bedeutung der angemeldeten Marke "DARK BLUE" ausgeschlossen. Soweit bei den betreffenden Waren die Farbe als Beschaffenheitsmerkmal überhaupt noch in Betracht kommen kann, nimmt der angefügte Vermerk ausdrücklich solche mit färbenden Eigenschaften oder Wirkungen aus.

Die dunkelblaue Farbe spielt für die noch entscheidungsrelevanten Waren allenfalls als dekoratives Element der Produkt- oder Verpackungsaufmachung eine Rolle. Hierbei ist jedoch zu berücksichtigen, daß nach der Rechtsprechung die wörtliche Benennung von Warenaufmachungen oder Aufmachungselementen markenrechtlich nicht ohne weiteres mit dem benannten Gegenstand gleichgestellt werden darf (BPatG GRUR 1993, 827 "KARO"; BIPMZ 1994, 41 "RED BAND"). Die wörtliche Benennung eines Ausstattungselements ist daher regelmäßig nur dann als nicht unterscheidungskräftige oder ggf beschreibende Freihaltebedürftige Angabe gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG zu beurteilen, wenn das betreffende Ausstattungselement eine wesensbestimmende oder zumindest wichtige Produkteigenschaft verkörpert oder sonst für die fraglichen Waren eine bedeutende Rolle spielt, so daß seine Benennung in einem erkennbaren naheliegenden Bezug zu den Waren steht (vgl Althammer/Ströbele, MarkenG, 6. Aufl, § 8 Rdn 50 u 152, mwNachw a d Rspr).

Eine wichtige Produkteigenschaft stellt die dunkelblaue Farbe, wie oben dargelegt, für die noch in Rede stehenden Waren nicht dar. Dabei läßt sich auch aus dem Umstand, daß Farben eine farbpsychologische Wirkung haben und oft mit bestimmten Gefühlen oder Vorstellungen assoziiert werden, etwa "blau" mit Frische, Wasser, Meer oä, keine warenbeschreibende Bedeutung einer dunkelblauen Produkt- oder Verpackungsaufmachung herleiten. Denn hierdurch werden allenfalls vage assoziative Vorstellungen hervorgerufen, nicht jedoch konkrete Hinweise auf Art, Beschaffenheit oder Wirkung der Waren zum Ausdruck gebracht.

Ebenso wenig läßt sich feststellen, daß der Farbe "Dunkelblau" als Teil der Ausstattung einschlägiger Waren eine besondere Bedeutung zukäme, etwa als wa-

rentypische, häufig verwendete Farbaufmachung, auf die regelmäßig in Wortform hingewiesen würde (vgl hierzu KG GRUR 1984, 201, 203 "Die Weissen"; BPatG GRUR 1996, 883, 884 "BLUE LINE"). Daß zusammengehörige bzw sich ergänzende Warensortimente eines Herstellers, wie beispielsweise Pflege- und Kosmetikserien, auch hinsichtlich der Farbgestaltung in einer einheitlichen Produktaufmachung angeboten werden, stellt ein auf vielen Produktbereichen übliches und naheliegendes Marktauftreten dar, dem der Verkehr regelmäßig keine warenbezogene Bedeutung beimißt und das in der Produktwerbung auch nicht als Merkmal der Waren wörtlich herausgestellt wird. Davon ist selbst dann nicht ohne weiteres auszugehen, wenn es sich, wie bei einer Blaufärbung im Hinblick auf das hiermit verbundene Assoziationsspektrum zu Frische, Wasser und Meer, um eine für die betroffenen Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Toilettenartikel etc naheliegende, häufiger verwendete Produkt- und Packungsfarbe handelt.

Der in diesem Zusammenhang hervorgehobene Hinweis der Markenstelle, daß einzelne Hersteller Pflegeserien in einer bestimmten Farbe gestalten und sie sogar nach der Farbe benennen (zB die Pflegeserie "Türkis" der Firma Fenjala), deutet weniger auf einen beschreibenden, sondern eher auf einen markenmäßigen Gebrauch der Farbangabe hin. Hierbei ist zu berücksichtigen, daß eine Farbangabe in Alleinstellung, zumal wie vorliegend in englischer Sprache, als Hinweis auf eine entsprechende farbliche Aufmachung einer Produktserie wenig verständlich ist, sich ein solches Verständnis vielmehr regelmäßig erst im ergänzenden sprachlichen Kontext ergibt, zB "unsere dunkelblaue Pflegeserie" oder "The Dark Blue Line" (vgl dazu BGH BIPMZ 1997, 360, 361 "à la Carte"; GRUR 2002, 64, 65 "INDIVIDUELLE").

Mithin kann der angemeldeten Marke für die verbleibenden beschwerdegegenständlichen Waren - auch unter dem Gesichtspunkt der wörtlichen Benennung eines Ausstattungselements - weder die nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG erforderliche

Unterscheidungskraft abgesprochen werden, noch handelt es sich um eine beschreibende, freihaltebedürftige Angabe im Sinn des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG.

Ströbele

Hacker

Kirschneck

Bb