



BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 254/02

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 300 82 962.0

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 4. Juni 2003 durch die Vorsitzende Richterin Winkler, Richter Viereck und Richter Rauch

beschlossen:

Auf die Beschwerde wird der Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts - Markenstelle für Klasse 11 - vom 3. Juli 2002 aufgehoben.

Gründe

I.

Zur Eintragung als Marke angemeldet ist die Bezeichnung

GOLDEN CAP

für die Waren

Lichtquellenlampen

(unter Inanspruchnahme einer US-amerikanischen Priorität vom 10. Mai 2000)

und

Leuchtkörper

(Anmeldetag: 10. November 2000).

Die mit einer Beamtin des höheren Dienstes besetzte Markenstelle für Klasse 11 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit Beschluss vom 3. Juli 2002 zurückgewiesen, weil dieser jegliche Unterscheidungskraft fehle. Unter "GOLDEN CAP" verstehe der angesprochene Verkehr Waren, die einen

goldenen Sockel oder eine goldene Abdeckung hätten. Ob neben der fehlenden Unterscheidungskraft auch der weitere Versagungsgrund des Freihaltungsbedürfnisses an beschreibenden Angaben vorliege, könne dahingestellt bleiben.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin.

Sie ist der Auffassung, der angemeldeten Marke könne ein für die fraglichen Waren im Vordergrund stehender Begriffsinhalt nicht zugeordnet werden. Eine "goldene Kappe" könne nicht leuchten und sei auch nicht üblicherweise ein wesentlicher Bestandteil der beanspruchten Erzeugnisse. Mangels unmittelbaren Produktbezugs liege auch kein Eintragungshindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG vor.

II.

Die Beschwerde ist zulässig und begründet.

Der begehrten Eintragung in das Markenregister steht weder das Eintragungshindernis der fehlenden Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG), noch das einer Angabe im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen.

a) Unterscheidungskraft ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer aufgefasst zu werden. Hauptfunktion der Marke ist es, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten. Bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen. Kann einer Wortmarke kein für die fraglichen Waren im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Ver-

wendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungs-
mittel verstanden wird, so gibt es keinen tatsächlichen Anhalt dafür, dass ihr
jegliche Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt
(st. Rspr.; vgl. BGH BIPMZ 2002, 86 - Individuelle).

Diese Unterscheidungseignung weist die Bezeichnung "GOLDEN CAP" für die
beanspruchten Erzeugnisse auf. Bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft ist
das Verständnis der mit den Waren angesprochenen inländischen Verkehrskreise
zu berücksichtigen. Bei diesen handelt es sich um das allgemeine Publikum, das
am Erwerb von Lichtquellenlampen und Leuchtkörpern interessiert ist, nicht aber
vorwiegend oder gar ausschließlich um Fachkreise. Da die Markennörter der eng-
lischen Sprache angehören, ist somit auf die Englischkenntnisse der Verbraucher-
kreise abzustellen. Diesen wird zwar "cap" in der Grundbedeutung "Kappe, Mütze"
weitgehend vertraut sein, nicht aber die sehr spezielle Bedeutung als Lampen-
sockel. Ein rechtserheblicher Teil des Verkehrs wird somit gar nicht in der Lage
sein, in dem Gesamtbegriff "GOLDEN CAP" einen goldenen Lampensockel zu er-
kennen. Eine Übersetzung der Marke ergäbe allenfalls eine "goldene Kappe" oder
ein "goldener Kap", beides Begriffe, die keine im Vordergrund stehende Sachan-
gabe für die beanspruchten Waren sind.

b) Der Eintragung steht auch der Versagungsgrund nach § 8 Abs. 2 Nr. 2
MarkenG nicht entgegen. Es konnte nicht festgestellt werden, dass "GOLDEN CAP"
als Merkmalsbezeichnung für die beanspruchten Waren dient. Anhaltspunkte für
eine künftige Verwendung als Merkmalsbezeichnung sind nicht ersichtlich.
Auffindbar war nur die Bezeichnung "Gold Cap" als Handelsname und Marke für
einen auch in Lampen verwendbaren Kondensator der Fa. P...

Gegen eine Schutzversagung in Deutschland spricht in diesem Zusammenhang
vor allem auch die Voreintragung einer identischen Marke für "Lightbulbs" im Prin-
cipal Register der USA. Einer derartigen Eintragung in einem Land der Sprache

des Markenworts kommt indizielle Bedeutung zu (vgl. BGH GRUR 2001, 1046 - GENESCAN).

Winkler

Rauch

Viereck

Hu