



BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 156/04

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 303 20 922.4

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 20. April 2005 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Stoppel, des Richters Paetzold und der Richterin Schwarz-Angele

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Angemeldet zur Eintragung in das Markenregister für die Waren "Kraftfahrzeuge und deren Teile (soweit in Klasse 12 enthalten)" ist das Wort

SELECTION

Die Markenstelle für Klasse 12 hat die Anmeldung mit der Begründung zurückgewiesen, das Wort „Selection“ werde auf unterschiedlichen Waren- und Dienstleistungsbereichen verwendet um darauf hinzuweisen, dass der Verbraucher die „Wahl, Auswahl bzw Auslese“ habe. Auch werde der Begriff ganz allgemein verwendet um auf die hohe Qualität hinzuweisen oder auf die Möglichkeit der Kunden, bei den fraglichen Waren bestimmte Ausstattungsvarianten zu kombinieren. Ein derartiger Begriff sei nicht unterscheidungskräftig; ob er auch freihaltebedürftig sei, könne dahinstehen.

Die Anmelderin hat hiergegen Beschwerde eingelegt und darauf hingewiesen, dass das Wort keinen unmittelbar beschreibenden und präzisen Aussagegehalt vermittele. Es bleibe ungewiss, welches wesentliche Merkmal eines Fahrzeuges mit „Selection“ beschrieben werden könne, jedenfalls könne das Wort nicht mit dem Begriff „Erste Wahl“ gleichgesetzt werden.

II.

Die zulässige Beschwerde der Anmelderin ist nicht begründet, denn die Marke wird vom Verbraucher nicht als Herkunftshinweis der Waren aufgefasst werden; sie ist demnach ohne Unterscheidungskraft (§ 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG).

Die Unterscheidungskraft einer Marke ist in Hinblick auf die beanspruchten Waren und in Hinblick auf die Wahrnehmung der beteiligten Verkehrskreise zu beurteilen, wobei die Anforderungen an das Bestehen dieser Schutzvoraussetzung gering sind. Voraussetzung ist jedoch in jedem Fall, dass die Marke die konkrete Eignung besitzt, die Waren nach ihrer konkreten Herkunft zu unterscheiden, denn nur solche Zeichen werden vom Verbraucher auch als Kennzeichnung akzeptiert. Das kann bei dem hier zur Eintragung angemeldeten Wort SELECTION nicht angenommen werden. Anders als das entsprechende deutsche (Fremd) Wort „Selektion“, das wegen seiner Verwendung in der NS-Zeit zur Beschreibung von Wareneigenschaften nicht verwendet wird, ist das englische „selection“ bei einer Vielzahl von Waren- und Dienstleistungsbereichen zu finden. Wie der Anmelderin in einem rechtlichen Hinweis mitgeteilt wurde, wird dieses Wort dabei jeweils in seiner Bedeutung „Auslese“ oder „erste Wahl“ gebraucht; es soll also auf ein besonders hochwertiges Produkt hinweisen. So fanden sich Verwendungsbeispiele bei Kochtöpfen (Fissler Selection), Keksen (Bahlsen Selection), Weinen (Selection-Weine im Gegensatz zu Standard-Weinen), Haushaltsgeräten (Moulinex Selection), Hotels (Deutsche Luxushotels) und insbesondere auf dem Kraftfahrzeugsektor. Mit diesem Begriff bezeichnen mehrere Hersteller (zB Opel, VW, Toyota, Nissan, BMW, Peugeot, Mercedes und Skoda) eine bestimmte Ausstattungsvariante oder ein Sondermodell. Beispielhaft aufgeführt seien hier der „BMW Premium Selection“, der „Octavia, Sondermodell Selection“, „VW Passat, Sondermodell Selection“, „Opel Astra, Sondermodell Selection“, „Toyota Avensis Selection“, „Mercedes C Esprit Selection“ usw. Damit ist ausreichend belegt, dass der Begriff „Selection“ im deutschen Sprachraum in Verbindung mit Waren und Dienstleistungen in einem ähnlichen Sinn wie die eher veralteten Werbeanpreisungen „erste Wahl“, „erstklassig“, „Auslese“ udgl verwendet wird, um auf ein besonders hochwertiges Produkt hinzuweisen, das sorgfältig ausgewählt wurde und den Käufer zum Kreis der Auserwählten werden lässt. Der angesprochene Verkehr wird in einem solchen Begriff keinen Hinweis auf den Hersteller sehen, denn er ermöglicht es ihm nicht, das gewünschte Produkt auch zuverlässig zu individualisieren. Damit ist das Zeichen ohne Unterscheidungskraft.

Als unmittelbar beschreibende Sachangabe muss eine derartige Bezeichnung auch den Mitbewerbern zur freien Verfügung bleiben, so dass ein Freihaltebedürfnis nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG besteht.

Die Beschwerde der Anmelderin war daher zurückzuweisen.

Stoppel

Paetzold

Schwarz-Angele

Bb