

BUNDESPATENTGERICHT

Leitsatz

Aktenzeichen:	27 W (pat) 233/04
Entscheidungsdatum:	7. Februar 2006
Rechtsbeschwerde zugelassen:	nein
Normen:	§ 8 Abs. 1 MarkenG Art. 2 MarkenRRL

Samtrot / Silber

Ohne klare Festlegung eines größen- und flächenmäßigen Verhältnisses der beiden Farben einer als konturlose Farbmarke angemeldeten Farbkombination und ohne sonstige Definition fehlt die grafische Darstellbarkeit i. S. d § 8 Abs. 1 MarkenG (Abgrenzung 29 W (pat) 68/03).



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 233/04

(Aktenzeichen)

Verkündet am
7. Februar 2006

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 302 54 857.2

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 7. Februar 2006 durch ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Als „sonstige Markenform“, nämlich als konturlose Farbmarke, wurde die Marke



am 11. November 2002 für die Waren und Dienstleistungen

Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus, soweit in dieser Klasse enthalten, Häute und Felle; Reise- und Handkoffer, Akten- taschen, Brieftaschen, Etais, Handtaschen, Kosmetikkoffer, Ge- päckanhänger; Regenschirme, Sonnenschirme und Spazierstö- cke; Peitschen, Pferdegeschirre und Sattelwaren;

Behälter und Geräte für den Haushalt und Küche (nicht aus Edel- metall oder plattiert); Käämme und Schwämme; Bürsten (mit Aus- nahme von Pinseln); Putzzeug; Glaswaren, Glasbehälter, Kristall- glas; Porzellan und Steingut, Tafelgeschirr (nicht aus Edelmetall), Kaffeeservice (nicht aus Edelmetall), Kaffeetassen, soweit in die- ser Klasse enthalten;

Bekleidungsstücke, Anzüge, Badeanzüge, Bademäntel, Damen- kleider, Gürtel, Halstücher, Handschuhe, Hemden, Hosen, Jacken, Krawatten, Mäntel, Pullover, Strümpfe, T-Shirts, Sweatshirts; Schuhwaren; Kopfbedeckungen;

Alkoholische Getränke (ausgenommen Biere); destillierte Getränke, Weine; Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten; Ausstellungen für kulturelle oder Unterrichtszwecke; Betrieb von Golfplätzen; Betrieb von Gesundheits-Clubs; Organisation und Veranstaltung von Konferenzen und Kongressen; Durchführung von Live-Veranstaltungen; Betrieb von Museen; Veranstaltung und Durchführung von Seminaren und Workshops; Veranstaltung von sportlichen Wettkämpfen; Theateraufführungen; Veranstaltung von Bällen und Konzerten; Verpflegung; Beherbergung von Gästen; Betrieb von Hotels, Restaurants und Kaffees; Vermietung von Gästezimmern und Ferienappartements; Vermietung von Veranstaltungsräumen; Verwaltung von Ausstellungsgeländen

zur Eintragung in das Markenregister angemeldet. Die Anmelderin hat folgende Beschreibung beigefügt:

„Konturlose Farbmarke in den Farben Samtrot (Pantone 229) und Silber (Pantone 8400), wobei alternativ Samtrot als Grundfarbe und Silber als Konturfarbe oder Silber als Grundfarbe und Samtrot als Konturfarbe verwendet werden können; diese Farben repräsentieren die Unternehmensfarben als übergeordnete Corporate-Farben“.

Die Markenstelle für Klasse 18 des Deutschen Patent- und Markenamts hat nach vorangegangener Beanstandung die Anmeldung mit Beschluss vom 30. Juni 2004 zurückgewiesen. Ungeachtet der Frage, ob die angemeldete Farbkombination überhaupt gemäß § 3 MarkenG markenfähig und gemäß § 8 Abs. 1 MarkenG grafisch darstellbar sei, fehle ihr jedenfalls die erforderliche Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Im Bereich der in Klasse 25 beanspruchten Waren des Bekleidungssektors seien die Verbraucher an eine Vielzahl von Farben

und Farbkombinationen gewöhnt und erfassten die angemeldete Marke daher nicht als betrieblichen Herkunftshinweis. Dies gelte auch für die Waren der Klasse 18, bei denen die Verwendung von Farben bzw. Farbkombinationen der angemeldeten Art branchenüblich sei. Auch in den anderen Warenbereichen, die Klassen 21 und 33 betreffend, sei eine Gewöhnung des Verkehrs an eine rot-silberne Farbkombination als Mittel der Herkunftsidentifikation nicht feststellbar; es sei insgesamt hier keine Verkehrsübung gegeben, dass die Hersteller gewisse Farben als Hausfarben, mithin als Herkunftszeichen, einzusetzen pflegten. Nichts Anderes gelte bei den beanspruchten Dienstleistungen, bei denen Farben in Ankündigungen oder Werbung üblich seien, doch gängigerweise in schmückender und nicht herkunftshinweisender Funktion. Auch insoweit erkenne das angesprochene Publikum in der angemeldeten Marke keinen Hinweis auf ein bestimmtes Unternehmen.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, mit der sie unter entsprechender Beschränkung des Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses begehrt,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben und die angemeldete Marke für die Waren „Gepäckanhänger“ und „Bekleidungsstücke“ sowie für die Dienstleistung „Beherbergung von Gästen“ in das Markenregister einzutragen.

Hilfsweise beantragt sie die Eintragung der Marke mit der Beschreibung:

„Konturlose Farbmarke in den Farben Samtrot (Pantone 229) und Silber (Pantone 8400), wobei die beiden Farben wie abgebildet aneinander stoßen; diese Farben repräsentieren die Unternehmensfarben als übergeordnete Corporate-Farben“.

Sie ist der Ansicht, die angemeldete Marke sei markenfähig, da sie die Farben in einer Systematik enthalte, in der sie in vorher festgelegter und beständiger Weise verbunden seien, die sich aus der Darstellung im mit der Anmeldung eingereichten Farbmuster ergebe. Insbesondere im Textilbereich, in dem die Verbraucher überwiegend „auf Sicht“ kauften, sei diese eindeutige und dauerhaft festgelegte Farbkombination als Herkunftshinweis geeignet und, da es sich nicht um Grundfarben handele, auch nicht zugunsten der Mitbewerber von der Eintragung freizuhalten.

II.

Die Beschwerde ist zulässig, hat aber in der Sache keinen Erfolg. Für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen steht der Eintragung der Marke das absolute Schutzhindernis der mangelnden grafischen Darstellbarkeit i. S. des § 8 Abs. 1 MarkenG entgegen.

1. Die angemeldete abstrakte und konturunbestimmte Kombination der Farben Samtrot und Silber erfüllt die Anforderungen an die grafische Darstellbarkeit nicht.

1.1. Nach der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs sind Farben und Farbzusammenstellungen dann markenfähig, wenn sie als Zeichen im Sinne des Art. 2 der Markenrichtlinie wirken, grafisch dargestellt werden können und abstrakt unterscheidungsfähig sind (vgl. EuGH GRUR 2003, 604, Rdn. 23 - Libertel; GRUR 2004, 858, Rdn. 22 – Heidelberger Bauchemie). Die Anforderungen an die grafische Wiedergabe sind erfüllt, wenn die Wiedergabe es ermöglicht, das Zeichen genau zu identifizieren. Sie muss daher, wovon die Anmelderin selbst zutreffend ausgeht, klar, eindeutig, in sich abgeschlossen, leicht zugänglich, verständlich, dauerhaft und objektiv sein (EuGH a. a. O. – Libertel - Rdn. 28, 29; Heidelberger Bauchemie – Rdn. 25, 32). Bei Farbzusammenstellungen ist im Interesse der Funktionsfähigkeit des markenrechtlichen Registerverfahrens eine sys-

tematische Anordnung erforderlich, in der die betreffenden Farben in vorher festgelegter und beständiger Weise verbunden sind, weil nur so Markeninhaber, zuständige Behörden und Wirtschaftsteilnehmer in die Lage versetzt werden, den Schutzgegenstand der Marke auf der Grundlage des Registereintrags klar und eindeutig zu bestimmen (EuGH a. a. O. - Heidelberger Bauchemie - Rdn. 26 ff.). Diese Grundsätze gelten auch für das Erfordernis der grafischen Darstellbarkeit nach § 8 Abs. 1 MarkenG (vgl. BGH GRUR 2002, 427, 428 – Farbmarke gelb/grün; GRUR 1999, 730, 731 – Farbmarke magenta/grau; BPatG GRUR 2005, 594, 595 – Hologramm).

1.2. Die genannten Voraussetzungen sind hier nicht erfüllt. Auch wenn die grundsätzliche Eignung einzelner Farben und Farbkombinationen, Informationen über die Herkunft einer Ware oder Dienstleistung zu vermitteln (vgl. EuGH a. a. O. – Libertel – Rdn. 41; Heidelberger Bauchemie – Rdn. 23), die sich in der etablierten Übung verschiedener Unternehmen zeigt, konturunbestimmte Farben zur Kennzeichnung ihrer Produkte als „Hausfarben“ zu verwenden (vgl. BPatG 29 W (pat) 68/03 - Farbmarke Dunkelblau-Hellblau, m. w. N.), nicht in Frage steht, ist im vorliegenden Fall eine Eintragungsfähigkeit nicht gegeben, weil in der mit der Anmeldung eingereichten Beschreibung die Frage der Ausgestaltung der konkreten Marke ausdrücklich offen gelassen ist.

Die angemeldete Marke besteht aus einem rechteckigen Farbmuster zweier gleich breiter, ohne Zwischenraum aneinander gefügter Farbfelder, wobei das samtrote Feld neben dem silberfarbenen angeordnet ist. Aus der beigefügten Beschreibung ist indes eindeutig ersichtlich, dass mit dem eingereichten Muster keineswegs dargestellt werden sollte, dass die beiden Farben fest miteinander dergestalt verbunden sein sollen, dass die samtrote Farbe immer neben der Farbe Silber angeordnet sein und das flächenmäßige Verhältnis beider Farben zueinander 1 : 1 betragen soll, was eine hinreichende grafische Darstellbarkeit hätte ermöglichen können (vgl. BPatG 29 W (pat) 68/03 - Farbmarke Dunkelblau-Hellblau). Vielmehr lässt die Beschreibung ausdrücklich jede beliebige Verwendung der beiden Far-

ben zu, was nicht zuletzt durch die Begriffe „Grundfarbe“ und „Konturfarbe“ und deren alternative Verwendung deutlich wird. Damit geht die Anmeldung weit über die Erscheinungsformen hinaus, die bei einer konturunbestimmten Farbmarke als schutzfähig gelten, weil sie wesensgemäß vielfältig sind und sein müssen. Weder ist das größen- bzw. flächenmäßige Verhältnis der Farben zueinander eindeutig und gleichbleibend bestimmt, noch ist die unmittelbare Verbindung der Farben festgelegt. Nach der Beschreibung ist vielmehr ohne Weiteres davon auszugehen, dass silberfarbene Flächen von einem samtrotten Rand umgeben oder samtrote Schrift oder samtrote Designelemente auf silbernem Grund vorhanden sein können. Allein der Hinweis in der Beschreibung, dass die Farben der Anmeldung die Unternehmensfarben als übergeordnete Corporate-Farben repräsentieren, reicht nicht aus, um eine bestimmte und bestimmbare Verwendung zu definieren.

1.3. Auch die in der mündlichen Verhandlung vorgelegte und nach dem Antrag der Antragstellerin hilfsweise zugrunde zu legende geänderte Beschreibung ist - ungeachtet der Frage der Zulässigkeit eines solchen Antrags (vgl. BPatG 33 W (pat) 133/00 – Heidelberger Bauchemie GmbH II) - unbehelflich, denn auch sie schafft die erforderliche Eindeutigkeit nicht. Allein die Angabe, dass die beiden Farben, über deren Verhältnis zueinander nach wie vor nichts festgelegt ist, ohne Zwischenraum aneinander stoßen, lässt nach wie vor beliebige Verwendungen zu, wie z. B. Schachbrettmuster, Streifendesign oder Umrandungen. Damit ist das Mindestanfordernis der systematischen Anordnung auch unter Zugrundelegung dieser Beschreibung nicht erfüllt.

1.4. Auf die Darstellung in der Beschreibung muss sich die Anmelderin auch festlegen lassen. Anders als es bei einer rein klarstellenden Aussage der Fall wäre, welche die aus sich heraus zu interpretierende Markenwiedergabe der Anmeldung nicht beeinflussen könnte (vgl. BPatG 29 W (pat) 68/03 - Farbmarke Dunkelblau-Hellblau), ist die Beschreibung i. S. von § 12 Abs. 3 und § 25 Nr. 6 MarkenV hier Bestandteil der Anmeldung geworden.

1.5. Dieses Ergebnis steht auch in Einklang mit Sinn und Zweck der „absoluten“ Eintragungshindernisse nach § 8 Abs. 2 MarkenG. Nur soweit die Eintragungsform eines Zeichens geeignet ist, den Schutzgegenstand eindeutig festzuschreiben und Mitbewerbern so klare Informationen darüber zu geben, dass diese sich in ihrem Marktverhalten danach richten können, ist es mit § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG vereinbar, die Wettbewerbsfreiheit einzuschränken und eine Farbgestaltung der ungehinderten Verwendung vorzubehalten. Ein undefinierbar weites Monopol wäre damit nicht vereinbar.

2. Angesichts der mangelnden grafischen Darstellbarkeit der angemeldeten Marke sind die Schutzvoraussetzungen des § 8 Abs. 2 MarkenG nicht zu untersuchen. Der Senat hat allerdings Zweifel, ob insbesondere bei Bekleidungsstücken die von der Rechtsprechung geforderten außergewöhnlichen Umstände gegeben wären, die beispielsweise in einer geringen Zahl der beanspruchten Waren oder in einem sehr spezifischen Markt liegen könnten (vgl. EuGH a. a. O. - Libertel - Rdn. 65 f.; GRUR Int. 2005, 227 – Farbe Orange, Rdn. 79). Die Verwendung von Farben - und damit ohne Weiteres auch Samtrot und Silber - in vielfältigen Zusammenhängen ist hier nicht unüblich; anders als etwa im traditionellen Hausgerätebereich („Weiße Ware“) wird weder bei Bekleidung noch bei Gepäckanhängern oder Prospekten für die Beherbergung von Gästen etc. auf farbige Ausgestaltung verzichtet. Das angesprochene Publikum ist daher an farbige Waren, farbige Verpackungen sowie farbiges Werbematerial und dabei auch an unterschiedliche Farbkombinationen gewöhnt. Es wäre daher letztlich davon auszugehen, dass es die beanspruchte Farbkombination im Erscheinungsbild nicht als von der Ware bzw. Dienstleistung unabhängig und damit als betriebliches Unterscheidungsmittel auffassen würde.

gez.

Unterschriften