



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 151/05

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 305 03 671.8

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am
31. Januar 2006 durch ...

beschlossen:

Der Beschluss der Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 30. Juni 2005 wird aufgehoben.

Gründe

I.

Die Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamts hat durch den angefochtenen Beschluss nach vorangegangener Beanstandung die für

„Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen“

zur Eintragung in das Markenregister angemeldete Darstellung

The image shows a handwritten logo 'Deluxe' in a cursive script. To its right is a printed logo consisting of the word 'APART' in a bold, sans-serif font above the word 'IMPRESSIONS' in a smaller, all-caps, sans-serif font.

zurückgewiesen, weil der angemeldeten Marke das zur Eintragung erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG fehle. Es handele sich um eine Aneinanderreihung von drei auf dem die relevanten Warengbiet sachbezogenen, rein beschreibenden Angaben, die der Verkehr ohne weiteres verstehe. Auch die Kombination der ohne weiteres verständlichen Einzelaussagen erzeuge keinen über die Summe der Bestandteile

hinausgehenden Eindruck. Die angemeldete Bezeichnung diene dem Publikum lediglich als Hinweis auf besonders ansprechende, luxuriöse Mode, die dem Betrachter entsprechende Eindrücke vermittele. Die grafische Ausgestaltung vermöge zu keiner anderen Bewertung zu führen, denn es sei ein werbeübliches Element, dem Publikum bestimmte Aussagen in unterschiedlichen Schriftgestaltungen zu präsentieren.

Hiergegen wendet sich die Anmelderin mit der Beschwerde, mit der sie die Aufhebung des angefochtenen Beschlusses und die Eintragung der angemeldeten Marke begehrt. Sie ist der Ansicht, die angemeldete Marke sei hinreichend unterscheidungskräftig, weil sie entgegen der Auffassung der Markenstelle keine eindeutig zuzuordnenden werbeüblichen oder produktbeschreibenden Inhalte aufweise. Wenngleich die Wortbestandteile der angemeldeten Marke für sich genommen verständlich und üblich seien, ergebe sich aus der Zusammenfügung ein Gesamtbegriff, der anders als die Einzelbegriffe einen über die Summe der Bestandteile durchaus hinausgehenden Eindruck vermittele. Der Bestandteil „Impressions“, der als „Eindruck“ zu übersetzen sei, sei jedenfalls in der Kombination mit „Deluxe“ eher sinnwidrig. Schließlich sei die durch völlig unterschiedliche Schrifttypen und -größen gestaltete grafische Darstellung als Unterscheidungsmittel zu berücksichtigen.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Inhalt der Verfahrensakten und die eingereichten Schriftsätze Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde ist begründet. Für die beanspruchten Waren entbehrt die angemeldete Marke weder der Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG), noch stellt sie eine unter das Eintragsverbot des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG fallende beschreibende Angabe dar.

Gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG können Zeichen, die keine Unterscheidungskraft aufweisen, nicht als Marke eingetragen werden. Die Unterscheidungskraft einer Marke ist zu bejahen, wenn ihr für die Waren oder Dienstleistungen, für die sie in Anspruch genommen wird, kein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden kann und es sich auch nicht um eine sprachliche, bildliche oder gestalterische Darstellung handelt, die vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird (st. Rspr., BGH GRUR 2001, 1151, 1152 – marktfrisch; GRUR 2003, 1050, 1051 – Cityservice; Ströbele/Hacker, Markengesetz, 7. Aufl., § 8 Rn. 70 m. w. N.). Enthalten die Wortbestandteile einer Bezeichnung einen beschreibenden Begriffsinhalt, der für die in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen ohne weiteres und ohne Unklarheiten als solcher erfasst wird, ist der angemeldeten Bezeichnung die Eintragung als Marke wegen Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft zu versagen. Bei derartigen beschreibenden Angaben gibt es keinen tatsächlichen Anhalt dafür, dass der Verkehr sie als Unterscheidungsmittel versteht (vgl. BGH GRUR a.a.O. - marktfrisch; GRUR 2001, 1153 - antiKALK; GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard).

Um eine derartige Beschreibung handelt es sich bei der angemeldeten Marke jedoch nicht. Mit der Markenstelle geht der Senat davon aus, dass relevante Teile des angesprochenen allgemeinen Verkehrs die in der Marke enthaltenen Wortelemente erkennen werden. Dies allein kann jedoch nicht dazu führen, der Marke die Unterscheidungskraft abzusprechen, denn die angemeldete Kombination der drei Begriffe vermittelt dem Betrachter einen Gesamteindruck, der ein Mehr gegenüber der Summe der Einzelbedeutungen darstellt (vgl. EuGH GRUR 2004, 680, 681 – BIOMILD). Schon die in „APART IMPRESSIONS“ enthaltene, aber nicht jedermann verständliche Aussage „aparte Eindrücke“ ist nicht sonderlich aussagekräftig für die beanspruchten „Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen“, was auch zur Eintragung der entsprechenden Marke der Anmelderin beigetragen haben mag. In der weiteren Kombination mit

„Deluxe“, was üblicherweise als Hinweis auf eine „Luxusklasse“ verstanden wird, und zwar im Sinne einer besonders hochwertigen Ausgestaltung eines Produkts oder eine Produktserie, wobei erfahrungsgemäß „Deluxe“ als Zusatz zu bestehenden Produktkennzeichen verwendet wird, kann noch weniger als eine rein produktbezogene Sachaussage angesehen werden, die der Verkehr nur als solche verstehen würde. Vielmehr wird der Verkehr, der im Bekleidungsbereich ebenso wie bei anderen Produkten, zum Beispiel selbst Software und Computerzubehör, an „Deluxe“ als Spezifizierung einer Produktserie gewöhnt ist, die er in der Regel einem bestimmten Hersteller zuordnen wird, die Gesamtbezeichnung in gleicher Weise verstehen und die angemeldete Marke insgesamt oder jedenfalls in dem Bestandteil „Apart Impressions“ als Unternehmenskennzeichen ansehen. Dies gilt umso mehr, als die Marke mit einer nicht völlig belanglosen grafischen Gestaltung in stark unterschiedlichen und miteinander auch in der Größe kontrastierenden Schrifttypen angemeldet ist, was dem Betrachter einen zusätzlichen Anhaltspunkt als Herstellerkennzeichen gibt. Insgesamt hat der Verkehr keine Veranlassung, die angemeldete Kennzeichnung als etwas anderes denn als herstellerbezogenen Ursprungshinweis anzusehen.

Ein Freihaltebedürfnis, das der Eintragung des angemeldeten Zeichens gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegenstehen würde, ist mangels beschreibenden Inhalts ebenfalls nicht erkennbar. Da sich die Schutzfähigkeit der Marke aus der Kombination ergibt, erlangt die Markeninhaberin keine Rechte aus „apart“, „impressions“ und „Deluxe“ in Alleinstellung oder in anderen Kombinationen.

gez.

Unterschriften