



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 54/06

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 305 45 750.0

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am
24. Oktober 2006 durch ...

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Markeninhaberin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 25 vom 30. März 2006 aufgehoben.

Gründe

I.

Die Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat nach vorangegangener Beanstandung mit dem angefochtenen Beschluss die Anmeldung der farbigen (rot/blau/weiß) Wort-/Bildmarke



teilweise zurückgewiesen, nämlich für die für die Waren und Dienstleistungen

„Schuhwaren; Einzelhandlungsdienstleistungen in Bezug auf Schuhwaren und entsprechendes Zubehör; Online-Einzelhandels- und Katalogdienstleistungen für Schuhwaren und entsprechendes Zubehör; Zusammenstellen und Zustellen von Schuhwaren und entsprechendem Zubehör“.

Zur Begründung ist ausgeführt, der Marke fehle die erforderliche Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Der Verkehr verstehe die angemeldete Wortfolge „my SHOES“ im Sinne von „meine Schuhe“. Im Hinblick auf die von

der Zurückweisung betroffenen Waren und Dienstleistungen weise diese Bezeichnung in werbeüblicher Form darauf hin, dass die beanspruchten Waren dem individuellen Geschmack der angesprochenen Verbraucher entsprächen. Da auch die graphische Ausgestaltung der Marke nicht über das in der Werbegravik Übliche hinausgehe, sei sie vom Verkehr nicht als Herkunftshinweis für die betreffenden Waren und Dienstleistungen zu erfassen. Ob daneben noch ein Freihaltungsbedürfnis im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG bestehe, könne bei dieser Sachlage dahinstehen.

Gegen diesen Beschluss wendet sich die Anmelderin mit ihrer Beschwerde, mit der sie begehrt,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

Sie hält die angemeldete Marke aufgrund der konkreten Kombination der verschiedenen Elemente für schutzfähig. Insbesondere die konkrete Festlegung der Farben in einer geometrischen Form und in einem bestimmten Verhältnis zueinander stelle in Verbindung mit den typographisch unterschiedlich ausgestalteten Wortelementen, die zudem keine unmittelbar und unmissverständlich beschreibenden Angaben enthielten, eine Besonderheit dar, die dem Publikum in Erinnerung bleiben werde.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde ist zulässig und begründet. Der Schutzgewährung für die konkret beanspruchte Marke steht weder fehlende Unterscheidungskraft noch ein Freihaltungsbedürfnis entgegen (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG), so dass der angegriffene Beschluss auf die Beschwerde hin aufzuheben war.

In ihrer Gesamtheit fehlt der angemeldeten Marke nicht jegliche Unterscheidungskraft.

Zwar enthält die Wortfolge „my SHOES“, die aufgrund ihrer dem Grundwortschatz des Englischen entstammenden Bestandteile weitesten Verkehrskreisen als „meine SCHUHE“ unmittelbar verständlich ist, im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen eine allgemein verständliche, sachbezogene Angabe dar, nämlich den Hinweis auf Schuhe, die zum angesprochenen Verbraucher passen sollen, die er sich zu eigen machen soll. Derartige Aussagen, die das Personalpronomen der ersten Person enthalten, sind werbeüblich und werden vom Publikum ohne weiteres als anpreisende Angabe verstanden. Aufgrund welcher Eigenschaften die Waren und Dienstleistungen, die solchermaßen gekennzeichnet sind, sich im Einzelnen dem Verbraucher anempfehlen, ist dabei unerheblich; vielmehr genügt es zur Feststellung mangelnder Unterscheidungskraft, dass er die Kennzeichnung als eine allgemeine Werbeaussage versteht, weil eine solche Bezeichnung dann nicht mehr als betrieblicher Herkunftshinweis verstanden wird. Allein der klare Bedeutungsgehalt von „my SHOES“ macht diese Wortfolge für sich betrachtet zu einer dem Markenschutz nicht zugänglichen Bezeichnung, wie die Markenstelle unter Bezugnahme auf die maßgebliche höchstgerichtliche Rechtsprechung zutreffend festgestellt hat. Diesen Ausführungen schließt sich der Senat in vollem Umfang an.

Auch die Tatsache, dass die einzelnen Markenbestandteile unterschiedlich typographisch gestaltet und unterschiedlich farbig unterlegt sind, wobei „my“ in weißen kursiven Kleinbuchstaben auf marineblauem Untergrund und „SHOES“ in nicht kursiven weißen Großbuchstaben auf leuchtend rotem Untergrund dargestellt ist, begründet jeweils für sich keine Schutzfähigkeit der Marke. Denn derartige Gestaltungen liegen durchaus im Rahmen der werbeüblichen Schriftgraphik.

Damit sind sämtliche einzelnen Merkmale, aus denen sich die verfahrensgegenständliche Marke zusammensetzt, werbeüblich und nicht geeignet, einen Hinweis auf die Herkunft aus einem ganz bestimmten Unternehmen zu geben.

Zu betrachten ist aber die Marke in ihrer Gesamtheit. Unter Berücksichtigung sämtlicher konkreter Merkmale der in farbiger Gestaltung beanspruchten Marke ist ihr nach Auffassung des Senats nicht jegliches Mindestmaß an Unterscheidungskraft abzuspochen. Denn gerade die konkrete Farbgebung mit dem weißen Zwischenraum zwischen den farblich und typographisch in der vorstehend beschriebenen Weise unterschiedlich gestalteten Textblöcken wirkt in Verbindung mit dem Verhältnis zwischen den Texthöhen einerseits und der jeweiligen Breite der seitlichen und oberen Ränder – wobei erstere sehr knapp gehalten sind, letztere etwa die Schrifthöhe erreichen - noch hinreichend eigentümlich, um sich dem Verkehr als betriebliches Unterscheidungsmittel einzuprägen. Damit fehlt der Marke jedenfalls in genau der graphischen und farblichen Merkmalskombination, in der sie beansprucht wird, nicht jegliches Mindestmaß an Unterscheidungskraft. Die konkrete Gestaltung ist auch nicht freihaltungsbedürftig, so dass das angemeldete Zeichen eintragungsfähig ist.

Die Marke kann auch für die von dem zurückweisenden Beschluss der Markenstelle betroffenen Dienstleistungen eingetragen werden. Die Angaben im Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen sind hinreichend konkret, um der Anmelderin ebenso wie den Mitbewerbern Aufschluss darüber zu geben, welche Dienstleistungen vom Schutz der Marke umfasst sind, denn es sind die Waren oder Arten von Waren genannt, auf den sich die Dienstleistungen beziehen, nämlich Schuhwaren und entsprechendes Zubehör. Um welche Dienstleistungen es

sich konkret handeln mag, braucht in der Anmeldung nicht bezeichnet zu sein (vgl. EuGH, GRUR 2005, 764 – Praktiker).

gez.

Unterschriften