



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 65/08

(Aktenzeichen)

Verkündet am
3. Juni 2008

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die angemeldete Marke 304 36 483.5

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 3. Juni 2008 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht sowie die Richter Dr. van Raden und Schwarz

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Die Markenstelle für Klasse 40 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit zwei Beschlüssen vom 2. August 2006 und vom 15. November 2007, von denen einer im Erinnerungsverfahren erging, die Anmeldung der Wortfolge

Living Dreams

als Wortmarke für die Waren und Dienstleistungen

Möbel und Möbelteile, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind, aus Holz, Kork, Rohr, Binsen, Weide, Ahorn, Knochen, Elfenbein, Fischbein, Schildpatt, Bernstein, Perlmutter, Meerscham und deren Ersatzstoffe oder aus Kunststoffen; Dienstleistungen in Bezug auf Holzbearbeitung bei der Herstellung von Möbeln, Mobiliar und Inneneinrichtungsgegenständen

nach § 37 Abs. 1, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG als nicht unterscheidungskräftige Angabe zurückgewiesen, weil es sich bei der angemeldeten Wortfolge um eine werbeüblich verbrämte Gattungsbezeichnung der beanspruchten Waren und Dienstleistungen in dem Sinne handele, dass sie dem Kunden eine optimale Verwirklichung seiner Wünsche und Träume ermögliche; hierfür spreche auch, dass die Wortfolge in diesem Sinne bereits verwendet werde, wie eine Internetrecherche ergeben habe. Infolge dieser Sachlage sei die Wortfolge mangels Unterscheidungskraft nicht eintragbar.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde des Anmelders, mit der er sinngemäß beantragt,

die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 40 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 2. August 2006 und vom 15. November 2007 aufzuheben.

Er hält die Anmeldemarke für schutzfähig, weil sie keine konkret warenbezogene beschreibende und werbeschlagwortartige Sachaussage enthalte; auch sei sie keine allgemeine Werbeaussage.

An der auf seinen Hilfsantrag anberaumten mündlichen Verhandlung hat der Anmelder entsprechend vorheriger Ankündigung nicht teilgenommen.

II

Die nach § 66 MarkenG zulässige Beschwerde hat keinen Erfolg. Zu Recht und mit zutreffender Begründung, der sich der Senat zur Vermeidung von Wiederholungen anschließt, hat die Markenstelle der angemeldeten Bezeichnung die Eintragung nach § 37 Abs. 1, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG versagt. Die Beschwerdebeurteilung bietet für eine abweichende Beurteilung keinen Anlass.

Mit der Markenstelle geht der Senat davon aus, dass die angemeldete Bezeichnung mangels jeglicher Unterscheidungskraft von der Eintragung ausgeschlossen ist, weil sie selbst unter Zugrundelegung des gebotenen großzügigen Maßstabs (st. Rspr., vgl. BGH GRUR 1995, 408 [409] – PROTECH; GRUR 2001, 413, 415 - SWATCH) nicht geeignet ist, den Abnehmern als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen zu dienen. Wie die Markenstelle zutreffend ausgeführt

hat, werden die durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen (vgl. EuGH GRUR 2003, 604, 605 - Libertel; GRUR 2004, 943, 944 – SAT.2) Abnehmer nämlich in der Kennzeichnung keinen Hinweis auf die Herkunft der beanspruchten Waren und Dienstleistungen aus einem *bestimmten* Unternehmen sehen, weil sie sich als eine Werbeaussage allgemeiner Art darstellt (vgl. BGH WRP 2000, 300, 301 - Partner with the best. Die angesprochenen Kreise werden sie wegen der entsprechenden Verwendung in der Werbung nur als solche und nicht, wie es für die Anerkennung als Marke erforderlich wäre, als Unterscheidungsmittel verstehen (vgl. BGH GRUR 2001, 1042 - REICH UND SCHÖN; GRUR 2001, 1043, 1044 - Gute Zeiten, Schlechte Zeiten; GRUR 2006, 850, 854 - FUSSBALL WM 2006). Ob das Zeichen daneben in den Augen der Abnehmer nur einen für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt hat, was ebenfalls die Versagung der Eintragung rechtfertigt (vgl. BGH GRUR 2001, 1151, 1153 – marktfrisch), kann dahinstehen, auch wenn hierfür durchaus die von der Markenstelle genannten Gründe sprechen.

Wie die Markenstelle durch einige Internetfundstellen belegt hat, verwenden die angemeldete Wortfolge bereits Dritte auf dem einschlägigen Markt als schlichte Werbeaussage, um hiermit auf den von der Markenstelle näher bezeichneten Zweck der beworbenen Waren und Dienstleistungen hinzuweisen. Darüber hinaus ist es dem Senat bekannt, dass die angemeldete Wortfolge auch auf anderen Warengebieten in dem von der Markenstelle genannten Sinne als allgemeine Werbeaussage gebraucht wird. Wegen dieses ihr innewohnenden Bedeutungsgehalts als allgemeine Werbeaussage werden die angesprochenen Verkehrskreise keine Veranlassung haben, mit der Wortfolge einen darüber hinausgehenden Sinngehalt zu verbinden. Insbesondere wird die Vorstellung, dass hiermit vorrangig auf die Herkunft der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen aus einem bestimmten individuellen Unternehmen hingewiesen werden soll, erst gar nicht aufkommen. Damit kann die angemeldete Wortfolge aber die Hauptfunktion einer Marke,

nämlich die Herkunft der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu bezeichnen, nicht erfüllen.

Dr. Albrecht

Dr. van Raden

Schwarz

Ju/Pü