



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 536/10

(Aktenzeichen)

Verkündet am
17. Mai 2011

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2009 069 767.1

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 17. Mai 2011 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, den Richter Kruppa und die Richterin am Landgericht Werner

beschlossen:

Der Beschluss der Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 23. Februar 2010 wird aufgehoben.

Gründe

I.

Die am 30. November 2009 für die Waren

"Bekleidungsstücke, soweit in Klasse 25 enthalten"

angemeldete Wortmarke

kuro

hat die Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamts mit Beschluss vom 23. Februar 2010 wegen eines Freihaltungsbedürfnisses und fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Zur Begründung ist ausgeführt, die angemeldete Bezeichnung "kuro" stelle in ihrer Bedeutung "schwarz" eine glatt inhaltsbeschreibende Sachangabe für die beanspruchten Waren dar. Sie beschreibe nämlich deren Farbe und damit eine für das Publikum wesentliche Eigenschaft. Der Begriff "kuro", eine Abwandlung des japanischen "kuroi" für "schwarz", werde bereits werbend und beschreibend für "schwarze Produkte" verwendet, wie sich aus von der Markenstelle ermittelten Internetausdrücken ergebe. Es bestehe daher ein Freihaltungsbedürfnis.

Der angemeldeten Bezeichnung fehle auch jegliche Unterscheidungskraft. Bei der Beurteilung ihrer Schutzfähigkeit seien fremdsprachige Wörter, auch wenn sie aus

der japanischen Sprache stammten, ihren deutschen Entsprechungen gleichzusetzen, wenn sie für einen beachtlichen Teil des beteiligten deutschen Publikums ohne Weiteres verständlich seien, wie sich aus zwei Entscheidungen des Bundespatentgerichts in den Verfahren 24 W (pat) 51/05 und 30 W (pat) 51/05 und 30 W (pat) 60/05 ergebe. In diesen Entscheidungen wurden die aus dem Japanischen stammenden Begriffe "Umami" und "Watsu" als nicht schutzfähig angesehen. Dies gelte auch für den Begriff "kuro". Es könne dem Anmelder nicht zugestimmt werden, dass "kuro" völlig unbekannt sei.

Wegen der im Vordergrund stehenden Farbangabe habe das Publikum keine Veranlassung, spekulative Betrachtungen über mögliche weitere Interpretationsmöglichkeiten des Begriffs anzustellen.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die schriftsätzlich nicht begründete Beschwerde des Anmelders. Er beantragt,

den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts vom 23. Februar 2010 aufzuheben und die angemeldete Marke einzutragen.

In der mündlichen Verhandlung hat der Anmelder die Auffassung vertreten, die angemeldete Bezeichnung sei unterscheidungskräftig und nicht freihaltungsbedürftig. Der aus dem Japanischen stammende Begriff "kuro" sei weder dem Durchschnittsverbraucher noch dem Fachverkehr bekannt. Japanisch sei keine Fachsprache der deutschen Textilbranche.

Der Anmelder hat das Warenverzeichnis in der mündlichen Verhandlung wie folgt eingeschränkt:

"Kleidungsstücke, soweit in Klasse 25 enthalten, ausgenommen Sportbekleidung".

II.

Die zulässige Beschwerde hat nach der Einschränkung des Warenverzeichnisses in der mündlichen Verhandlung Erfolg. Insoweit stehen einer Eintragung weder das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG noch das einer Merkmalsbezeichnung im Sinn von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen.

Unterscheidungskraft im Sinn des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende Eignung als Unterscheidungsmittel für die beanspruchten Waren eines Unternehmens gegenüber solchen Anderer (EuGH GRUR 2006, 233, 235, Nr. 45 - Standbeutel; BGH GRUR 2006, 850, 854, Nr. 18 - FUSSBALL WM 2006). Bei Wortmarken ist nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs von fehlender Unterscheidungskraft auszugehen, wenn der Marke ein für die beanspruchten Waren im Vordergrund stehender beschreibender Sinngehalt zugeordnet werden kann oder wenn es sich um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache handelt, das, etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung, stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird (st. Rspr.; vgl. BGH GRUR 2006, 850, 854, Nr. 19 - FUSSBALL WM 2006).

Die Unterscheidungskraft fehlt einer fremdsprachigen Angabe nach der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs dann, wenn die beteiligten inländischen Kreise im Stande sind, die Bedeutung dieses Wortes zu erkennen. Die insoweit maßgeblichen beteiligten Kreise definiert der EuGH dabei als den Handel und/oder den normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher (EuGH GRUR 2006, 411 - Matratzen Concord/Hukla).

Nach der Auffassung des Senats ist von den angesprochenen Kreisen weder dem deutschen Durchschnittsverbraucher noch den inländischen Fachkreisen die

Bedeutung des aus dem Japanischen stammenden Wortes "kuro" im Sinn von "schwarz" bekannt. Japanisch ist weder eine in Deutschland geläufige Fremdsprache noch eine Fachsprache auf dem Gebiet der deutschen Textilindustrie. Der Durchschnittsverbraucher und die inländischen Fachkreise werden "kuro" daher eher für ein Phantasiewort halten.

Allenfalls im Bereich des Karate-Sports mag dies anders sein, da es dort den schwarzen Gürtel (= Kuro Obi) gibt. Auf das Verständnis dieses speziellen und sehr kleinen Verkehrskreises kommt es hier jedoch aufgrund der Einschränkung des Warenverzeichnisses in der mündlichen Verhandlung nicht mehr an. Innerhalb der Kreise, die allgemein Bekleidung erwerben, ist diese Gruppe zu vernachlässigen.

Etwas Anderes ergibt sich auch nicht aus den von der Markenstelle ermittelten Internetbelegen. Zwei der dem Beanstandungsbescheid und dem Beschluss beigefügten Internetausdrucke belegen lediglich eine inländische Verwendung von „kuro“ auf dem Gebiet der Fernseher und damit einem Warengbiet, auf dem japanische Produkte in Deutschland einen höheren Stellenwert genießen als in der Textilbranche. Allein aus einem dem Beanstandungsbescheid beigefügten Internetbeleg zu „Kuro Lolita“, bei dem das Wort „kuro“ im Zusammenhang mit Kleidung Verwendung findet, lässt sich noch nicht darauf schließen, dass es sich bei diesem Wort um einen den inländischen Kreisen und dem Durchschnittsverbraucher in seiner Bedeutung „schwarz“ bekannten Begriff handelt.

An dem fehlenden Verständnis des japanischen Wortes auf dem Gebiet der Textilindustrie scheitert auch das Schutzhindernis des Freihaltungsbedürfnisses gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG.

Eine andere Beurteilung ergibt sich auch nicht aus den von der Markenstelle zitierten Entscheidungen des Bundespatentgerichts zu japanischen Begriffen. Abgesehen davon, dass die dort zu beurteilenden Begriffe "Umami" und "Watsu"

andere Waren und Dienstleistungen betrafen, handelt es sich bei diesen Begriffen ausweislich der Entscheidungsgründe jeweils um einen Fachbegriff, der dem inländischen Fachverkehr geläufig ist. Dies ist bei der hier zu beurteilenden Bezeichnung aber nicht der Fall.

Dr. Albrecht

Kruppa

Werner

br/Me