



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 9/13

(Aktenzeichen)

Verkündet am
26. November 2013

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2010 069 125.5

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 26. November 2013 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, den Richter Kruppa und den Richter k. A. Schmid

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung der Wortmarke 30 2010 069 125.5

BOTTEGA

mit Beschlüssen vom 3. April 2012 und vom 3. Dezember 2012, von denen letzterer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, für die Waren

„14: Edelmetalle und deren Legierungen sowie daraus hergestellte oder damit plattierte Waren, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Juwelierwaren, Schmuckwaren, Edelsteine; Uhren und Zeitmessinstrumente;

18: Leder und Lederimitationen und Waren daraus, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Reise- und Handkoffer;

25: Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen“

wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Zur Begründung ist ausgeführt, das italienische Wort „bottega“ habe im Deutschen die Bedeutung „Laden“, „Geschäft“ oder „Werkstatt“. Damit könne die angemeldete Bezeichnung den Ort der Herstellung oder des Vertriebs der Waren beschreiben.

Die Tatsache, dass es sich um eine italienische Bezeichnung handele, vermöge eine hinreichende Unterscheidungskraft nicht zu begründen, da die beteiligten Verkehrskreise im Stande seien, die beschreibende Bedeutung dieses Wortes zu

erkennen. Die maßgeblichen Verkehrskreise seien sowohl der normal informierte, angemessen aufmerksame und verständige Durchschnittsverbraucher als auch die beteiligten Fachkreise, deren Verständnis jeweils allein von ausschlaggebender Bedeutung sein könne. Beim deutschen Durchschnittsverbraucher könne vorausgesetzt werden, dass er zu einer naheliegenden Übersetzung eines Begriffs mit einer warenbezogenen Aussage in der Lage sei. Jedenfalls würden aber die Fachkreise die Bedeutung des Wortes auf Anhieb verstehen, denn bei diesen könne generell von speziellen Sprachkenntnissen ausgegangen werden.

Das angemeldete Zeichen werde daher jedenfalls von maßgeblichen Verkehrskreisen dahingehend verstanden, dass es sich um einen Laden oder eine Werkstatt für die beanspruchten Waren handele. Verstehe das maßgebliche Publikum die Anmeldemarke aber in diesem Sinn, könne diese die Hauptfunktion einer Marke, auf die Herkunft der beanspruchten Waren aus einem bestimmten Unternehmen hinzuweisen, nicht erfüllen.

Der Beschluss im Erinnerungsverfahren ist der Anmelderin am 7. Dezember 2012 zugestellt worden.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die nicht begründete Beschwerde der Anmelderin, mit der sie (sinngemäß) beantragt,

die Beschlüsse der Markenstelle vom 3. April 2012 und vom 3. Dezember 2012 aufzuheben und die Eintragung der Wortmarke 30 2010 069 125.5 zu beschließen.

In der mündlichen Verhandlung hat die Anmelderin die Auffassung vertreten, die angemeldete Bezeichnung sei schutzfähig, weil sie von den angesprochenen inländischen Verkehrskreisen nicht verstanden werde.

II.

Die zulässige Beschwerde hat keinen Erfolg, weil einer Eintragung der Marke die Schutzhindernisse der fehlenden Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG und eines Freihaltungsbedürfnisses gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegenstehen.

1. Der angemeldeten Wortmarke fehlt für die beanspruchten Waren die erforderliche Unterscheidungskraft.

Unterscheidungskraft im Sinn dieser Vorschrift ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, die Waren, für welche die Eintragung beantragt wird, als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und diese Waren von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden. Die Unterscheidungskraft ist zum einen im Hinblick auf die angemeldeten Waren und zum anderen im Hinblick auf die beteiligten Verkehrskreise zu beurteilen, wobei auf die Wahrnehmung der Marke durch einen normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher der fraglichen Waren abzustellen ist. Ausgehend hiervon besitzen Marken keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die angesprochenen Verkehrskreise für die fraglichen Waren lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen oder wenn sie aus gebräuchlichen Wörtern der deutschen Sprache oder einer geläufigen Fremdsprache bestehen, die stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden.

Die Unterscheidungskraft fehlt einer fremdsprachigen Angabe nach der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs dann, wenn die beteiligten inländischen Kreise im Stande sind, die Bedeutung eines Wortes zu erkennen. Die insoweit maßgeblichen beteiligten Kreise definiert der EuGH dabei als den Handel und/oder den normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständi-

gen Durchschnittsverbraucher (EuGH GRUR 2006, 411 – Matratzen Concord/Hukla).

Das italienische Wort „bottega“ heißt im Deutschen „Laden, Geschäft, Werkstatt“. Auch wenn dem deutschen Durchschnittsverbraucher die genaue Bedeutung des italienischen Wortes „bottega“ mangels italienischer Sprachkenntnisse eher nicht bekannt sein dürfte, so gilt dies nicht für die inländischen Fachkreise auf dem Gebiet der hier relevanten Waren. Italienisch hat gerade im Modebereich in Deutschland ein besonderes Gewicht. Im Bereich der hier relevanten Waren verfügen daher erhebliche Teile der inländischen Fachkreise über Italienischkenntnisse und werden deshalb in der Lage sein, „bottega“ mit „Laden, Geschäft, Werkstatt“ zu übersetzen.

In Bezug auf die beanspruchten Waren werden die inländischen Fachkreise der Bezeichnung „BOTTEGA“ somit lediglich einen beschreibenden Hinweis auf den Ort der Herstellung oder des Vertriebs der Waren entnehmen. Dafür sprechen insbesondere die der Anmelderin vor der Verhandlung übersandten Internetausdrucke, die belegen, dass das Wort „BOTTEGA“ im Modebereich von Dritten in Deutschland bereits verwendet wird.

2. Einer Registrierung der angemeldeten Bezeichnung als Marke steht zudem für alle beanspruchten Waren das Schutzhindernis des Freihaltungsbedürfnisses gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen. Diese Vorschrift verbietet es, Zeichen als Marken einzutragen, die ausschließlich aus Teilen bestehen, welche zur Bezeichnung der Art, der Bestimmung oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale der Waren dienen können, unabhängig davon, ob und inwieweit sie bereits bekannt sind oder verwendet werden (vgl. Ströbele, FS für Ullmann, S. 425, 428).

Der Ausschluss solcher zur Beschreibung geeigneter Zeichen oder Angaben dient dazu, dass sie jedermann frei verwenden kann. Es ist daher nicht erlaubt, solche Zeichen oder Angaben durch ihre Eintragung als Marke einem einzigen Unter-

nehmen vorzubehalten (vgl. EuGH GRUR 1999, 723, Rn. 25 - Windsurfing Chiemsee; GRUR Int. 2003, 632, Rn. 73 - Linde).

Dies trifft mit dem oben erläuterten Verständnis für „BOTTEGA“ zu. Die angesprochenen Fachkreise werden der Bezeichnung „BOTTEGA“ lediglich einen beschreibenden Hinweis auf den Ort der Herstellung oder des Vertriebs der Waren entnehmen.

3. Zu einer Erstattung der Beschwerdegebühr (§ 71 Abs. 3 MarkenG) besteht kein Anlass.

4. Für die Zulassung der Rechtsbeschwerde sieht der Senat keine Veranlassung. Es ist weder ersichtlich noch von der Anmelderin aufgezeigt, dass der vorliegende Fall eine grundsätzliche Rechtsfrage aufwirft. Die Entscheidung des Senats erschöpft sich vielmehr in der einzelfallbezogenen Anwendung höchststrichterlich geklärter Beurteilungsgrundsätze.

Dr. Albrecht

Kruppa

Schmid

Hu