

BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 86/00

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 300 10 630.0

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 15. Januar 2002 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie des Richters Dr. Hacker und der Richterin Werner

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluß der Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 3. Juli 2000 aufgehoben.

Gründe

I.

Die Marke

"2 Pac"

war angemeldet worden für die folgenden Waren:

"Seifen, Parfümerien, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarwässer; Edelmetalle und deren Legierungen sowie daraus hergestellte oder damit plattierte Waren, soweit sie in Klasse 14 enthalten sind; Juwelierwaren, Schmuckwaren, Edelsteine; Uhren und Zeitmeßinstrumente; Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus, soweit sie in Klasse 18 enthalten sind, Häute und Felle; Reise- und Handkoffer; Regenschirme, Sonnenschirme und Spazierstöcke; Peitschen, Pferdegeschirre und Sattlerwaren; Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen; Biere; Mineralwässer und kohlesäurehaltige Gewässer und andere alkoholfreie Getränke, Fruchtgetränke und Fruchtsäfte; Sirupe und andere Präparate für die Zubereitung von Getränken".

Die Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts hat diese Anmeldung mit Beschluß vom 3. Juli 2000 teilweise zurückgewiesen, nämlich für die Waren:

"Seifen, Parfümerien, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarwässer; Bekleidungsstücke; Biere; Mineralwässer und kohlesäurehaltige Gewässer und andere alkohol-

freie Getränke; Fruchtgetränke und Fruchtsäfte; Sirupe und andere Präparate für die Zubereitung von Getränken".

Im Hinblick auf diese Waren - so die Begründung des angefochtenen Beschlusses - fehle der angemeldeten Marke die erforderliche Unterscheidungskraft iSv § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG. Die Marke "2 Pac" könne als ein sachlicher Hinweis auf die Darreichungsform dieser Waren in Zweier- oder Doppelpackungen aufgefaßt werden. An solche Hinweise seien die angesprochenen Verkehrskreise gewöhnt, denn Begriffe wie "Sechserpackung"; "Familienpackung" oder - für Getränke - "Tetra-Pak" seien allgemein bekannt und gebräuchlich.

Gegen diesen Beschluß richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie hat im Laufe des Beschwerdeverfahrens das Warenverzeichnis wie folgt beschränkt:

"Parfümerien; Haarwässer; Edelmetalle und deren Legierungen sowie daraus hergestellte oder damit plattierte Waren, soweit in Klasse 14 enthalten; Juwelierwaren, Schmuckwaren, Edelsteine; Uhren und Zeitmeßinstrumente; Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus, soweit in Klasse 18 enthalten, Häute und Felle; Reise- und Handkoffer; Regenschirme; Sonnenschirme und Spazierstöcke; Peitschen, Pferdegeschirre und Sattlerwaren; Damen- und Herrenoberbekleidung ausgenommen T-Shirts; Schuhwaren, Kopfbedeckungen".

Die Anmelderin meint, daß die angemeldete Marke in diesem warenmäßigen Umfange eintragungsfähig sei.

Zu den weiteren Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

II.

Nach der zulässigen Beschränkung des Warenverzeichnisses durch die Anmelderin sind jetzt noch folgende Waren Gegenstand der Beschwerde: "Parfümerien; Haarwässer; Damen- und Herrenoberbekleidung ausgenommen T-Shirts". Die weiteren Waren, für die der angegriffene Beschluß die angemeldete Marke zurückgewiesen hatte, hat die Anmelderin inzwischen aus dem Warenverzeichnis gestrichen.

Im Hinblick auf die jetzt noch beschwerdegegenständlichen Waren ist die zulässige Beschwerde auch begründet. Insoweit stehen der Eintragung der angemeldeten Marke die absoluten Schutzhindernisse des § 8 Abs 2 Nr 1, 2 und 4 MarkenG nicht entgegen.

Im Hinblick auf die beschwerdegegenständlichen Waren besteht an der angemeldeten Marke "2 Pac" kein Freihaltungsbedürfnis iSv § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG; denn dieses Markenwort enthält keine sachliche Angabe über die Darreichungsform der beanspruchten Waren. Es mag sein, daß die Wort- und Zahlenkombination "2 Pac" als ein Ausdruck für eine Doppel- und Zweierpackung aufgefaßt werden kann. Tatsächlich werden jedoch die beschwerdegegenständlichen Waren in der Regel gerade nicht in solchen Packungen angeboten. Parfümerien, Haarwässer sowie Damen- und Herrenoberbekleidung werden typischerweise als Einzelstücke vertrieben oder zusammen mit anderen, ergänzenden Warentypen. Nach ständiger Rechtsprechung des Senats erfaßt der markenrechtliche Begriff der "Parfümerien" Duftwässer und nicht die Summe der zahlreichen verschiedenen Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, die im allgemeinen Sprachgebrauch unter den Begriff der "Parfümerien" fallen und häufig in ebenso genannten Geschäften angeboten werden (vgl Richter/Stoppel, Die Ähnlichkeit von Waren und Dienstleistungen, 11. Aufl 1999, S 257 erste Spalte unten zum Stichwort "Parfümerien" mit dem Hinweis auf die Beschlüsse 24 W (pat) 128/94 und 24 W (pat) 259/94). Duftwässer gelten als luxuriöse Ergänzung der Körperpflege

und werden folgerichtig regelmäßig nur als einzelne Stücke verkauft. Allenfalls mögen sie in einer Packung zusammen mit anderen Mitteln zur Körper- und Schönheitspflege angeboten werden. Anhaltspunkte dafür, daß zwei (oder mehrere) Flaschen desselben Duftwassers in einer Packung veräußert werden, sind dem Senat dagegen nicht bekannt. Ähnliches gilt für Haarwässer. Sie werden unter Umständen zusammen mit anderen Haarpflegeprodukten in einer gemeinsamen Packung angeboten. Eine Verkaufspraxis, bei der mehrere Flaschen desselben Haarwassers in einer Packung vertrieben werden, ist dem Senat nicht geläufig. Auch im Bereich der Damen- und Herrenoberbekleidung besteht die allgemeine Praxis darin, daß die verschiedenen Kleidungsstücke als Einzelstücke angeboten werden. Bei Mänteln, Kostümen, Anzügen, Hosen und Röcken liegen die Gründe dafür auf der Hand. Aber auch bei beliebigeren Kleidungsstücken wie Pullovern oder Hemden scheint es eine Ausnahme zu sein, daß ein Kunde von demselben Kleidungsstück mehrere Exemplare in einer Packung kaufen möchte. Von dieser Praxis ausgenommen sind die T-Shirts. Sie sind zu einem Massenartikel geworden, der auch in Mehrfachpackungen vertrieben wird. Diesen Warentyp hat die Anmelderin jedoch von ihrem Warenverzeichnis ausgenommen, so daß die angemeldete Marke auch unter diesem Gesichtspunkt nicht Freihaltungsbedürftig sein kann.

Die dargelegten Angebots- und Verkaufspraktiken sind allgemein bekannt. Aus diesen Gründen kann der begriffliche Inhalt der angemeldeten Marke auch keine ersichtliche Täuschungsgefahr iSv §§ 8 Abs 2 Nr 4, 37 Abs 3 MarkenG begründen.

Die Marke "2 Pac" verfügt auch über die erforderliche Unterscheidungskraft iSv § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG. Daß sie keine konkret warenbezogenen Sachangaben enthält, wurde bereits bei der Prüfung des Freihaltungsbedürfnisses festgestellt. Unter diesem Gesichtspunkt kann der Marke daher die nötige Unterscheidungskraft nicht abgesprochen werden. Es sind auch keine anderen Umstände erkennbar, die gegen die Herkunftsfunktion der angemeldeten Marke sprechen. Insbe-

sondere beschränkt sich der Gesamteindruck der Marke nicht auf einfache beschreibende.

Anklänge oder werbeüblich gewordene Anpreisungen. Vielmehr stellt die vorgenommene Beschränkung des Warenverzeichnisses sicher, daß zwischen der mit der Marke möglicherweise angedeuteten Verpackungsform und den tatsächlich üblichen Darreichungsformen der beanspruchten Waren ein erkennbarer Widerspruch besteht. Das genügt für die Überwindung des Schutzhindernisses des § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG, nachdem hierfür jede noch so geringe Unterscheidungskraft als ausreichend erachtet wird (vgl BGH MarkenR 1999, 349, 352 "Yes"; BGH MarkenR 1999, 351, 353 "FOR YOU").

Aus diesen Gründen ist der Beschwerde der Anmelderin stattzugeben und der angefochtene Beschluß der Markenstelle aufzuheben.

Dr. Ströbele

Dr. Hacker

Werner

prä