

BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 189/00

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 398 13 153.8

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 9. Januar 2002 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Stoppel sowie der Richterinnen Schwarz-Angele und Martens

beschlossen:

Die Beschwerde der Anmelderin wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Angemeldet als Bildmarke zur Eintragung in das Markenregister für die Waren

Messerschmiedewaren, Gabeln und Löffel;

Edelmetalle und deren Legierungen sowie daraus hergestellte oder damit plattierte Waren, nämlich kunstgewerbliche Gegenstände, Ziergegenstände, Tafelgeschirr (ausgenommen Bestecke), Tafelaufsätze, Aschenbecher, Zigarren- und Zigarettenetuis, Zigarren- und Zigarettenspitzen; Juwelierwaren, Schmuckwaren; Uhren und Zeitmeßinstrumente;

Waren aus Leder und Lederimitationen; nämlich Taschen und andere, nicht an die aufzunehmenden Gegenstände angepaßte Behältnisse sowie Kleinlederwaren, insbesondere Geldbeutel, Brieftaschen, Schlüsseltaschen; Reise- und Handkoffer;

kleine handbetätigte Geräte und Behälter für Haushalt und Küche (nicht aus Edelmetall oder plattiert); Waren aus Glas, Porzellan und Steingut für Haushalt und Küche, Kunstgegenstände aus Glas, Porzellan und Steingut;

Bekleidungsstücke, Schuhwaren Kopfbedeckungen; und

Spiele, Spielzeug; Christbaumschmuck.

ist die nachfolgende graphische Gestaltung

siehe Abb. 1 am Ende

Die Markenstelle für Klasse 14 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung ua mangels Unterscheidungskraft mit der Begründung von der Eintragung ausgeschlossen, der Verkehr sehe in der beanspruchten Darstellung lediglich ein übliches werbegraphisches Schmuckelement der Waren bzw ihrer Verpackung, nicht aber einen betrieblichen Herkunftshinweis.

Mit ihrer hiergegen gerichteten Beschwerde macht die Anmelderin geltend, die Markenstelle habe unzulässig unterstellt, der Gegenstand der Anmeldung fungiere nur als Verzierung oder schmückendes Beiwerk. Vielmehr sei davon auszugehen, daß die Darstellung markenmäßig in der konkret beanspruchten Form, der jedenfalls nicht jegliche Unterscheidungskraft abgesprochen werden könne, auf der Ware oder deren Verpackung erscheine.

Die Anmelderin, die sinngemäß beantragt, die angefochtenen Beschlüsse aufzuheben, hat ihren Antrag auf mündliche Verhandlung zurückgenommen und um Entscheidung nach Aktenlage gebeten.

II.

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet. Auch nach Ansicht des Senats fehlt der angemeldeten Bildmarke zumindest jegliche Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Herkunftshinweis auf die angemeldeten Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden. Bei der Beurteilung ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, dh jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden. Diese Unterscheidungskraft fehlt jedoch, wenn die als Marke angemeldete Darstellung sich in der naturgetreuen bildlichen Wie-

dergabe der im Warenverzeichnis genannten Waren erschöpft oder aus einfachsten geometrischen Formen oder sonstigen einfachen graphischen Gestaltungselementen besteht, die – wie dem Verkehr aus Erfahrung bekannt ist - in der Werbung aber auch auf Warenverpackungen oder sogar Geschäftsbriefen üblicherweise in bloß ornamentaler, schmückender Form verwendet werden (BGH WRP 2000, 520 ff "St-Pauli-Girl").

Diese geringen Anforderungen erfüllt das angemeldete Zeichen in seiner Gesamtheit vor dem Hintergrund der beanspruchten Waren nicht.

Das Vorliegen einer konkreten Unterscheidungskraft kann nur bezogen auf den jeweiligen Einzelfall auf der Grundlage der insoweit maßgeblichen Auffassung der inländischen Verkehrskreise, die mit den Waren des Verzeichnisses angesprochen werden sollen, geprüft werden (BGH BIPMZ 2000, 96 ff "SWISS ARMY"). Vorliegend handelt es sich offensichtlich um typische Geschenkartikel, die zu bestimmten Anlässen, teilweise bereits entsprechend verpackt, in den Handel kommen. So werden Messerschmiedewaren, insbesondere Bestecke, häufig in repräsentativen Kassetten verpackt angeboten; bei den Waren der Klasse 14 gehört eine edle Verpackung auch bei vergleichsweise geringem Wert des Produkts (etwa Modeschmuck) ebenso dazu wie bei Bekleidungsstücken, wenn der Käufer zum Ausdruck bringt, daß es sich um ein Geschenk handelt. Dem Verkehr ist darüber hinaus bekannt, daß spezielle Geschenkversender in Katalogen oder per Internet Waren wie Kunstgegenstände, Glas, Porzellan, aber auch kleine Haushaltsgegenstände oder Spielwaren fertig verpackt anbieten. Wer ein solches aufwendig verpacktes Geschenk erwirbt oder ein solches überreicht bekommt, sieht in der Anbringung eines Geschenkbandes mit einer Schleife regelmäßig ein typisches Element einer Warenverpackung, nicht aber üblicherweise einen Hinweis auf die betriebliche Herkunft des so verpackten Produkts. Die konkret beanspruchte Bildmarke hält sich im Rahmen solcher üblichen Verpackungsmaterialien, zu denen etwa auch schmückende Aufkleber gehören können. Sie weist keine charakteristischen Merkmale auf, anhand derer der Verkehr annehmen

könne, es handele sich hier ausnahmsweise um einen Hinweis auf ein bestimmtes Unternehmen. Entgegen der Ansicht der Anmelderin sind weder die scheren-schnittartige Darstellung des Geschenkbandes mit Schleife noch die unterschiedlich langen Bandenden für sich gesehen oder im Zusammenwirken geeignet, vor dem konkreten Warenhintergrund betriebskennzeichnend zu wirken. Dabei verkennt der Senat nicht, daß nicht zuungunsten der Anmelderin eine bestimmte Benutzungsförm der Marke an der Ware oder deren Verpackung mit weiteren Zutaten unterstellt werden darf, sondern Ausgangspunkt der Prüfung der Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke deren übliche Verwendung in der angemeldeten Form ohne weitere Hinzufügungen ist. Dies vorausgesetzt erschöpft sich die konkrete Darstellung der angemeldeten Marke in einfachster werbeüblicher Ornamentik, die aus einer unverfremdeten, fast schon piktogrammartig vereinfachten Abbildung einer Schleife besteht, von der vier unterschiedlich lange Geschenk-bänder ausgehen. Mangels charakteristischer Elemente dieser konkreten Darstellung fehlt der angemeldeten Marke daher für die beanspruchten Waren jegliche Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Damit unterscheidet sich der vorliegende Sachverhalt auch deutlich von den von der Anmelderin genannten Entscheidungen des Bundespatentgerichts zu Bildmarken, bei denen eine weitaus anspruchsvollere Graphik einschließlich einer bestimmten Farbgebung (32 W (pat) 76/99; 33 W (pat) 35/98) bzw die spezielle Warensituation im Einzelfall die Eintragbarkeit begründete.

Die Beschwerde der Anmelderin konnte folglich keinen Erfolg haben.

Stoppel

Richterin Schwarz-Angele
ist erkrankt und kann nicht
selbst unterschreiben

Martens

Stoppel

prä

