

# BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 283/00

---

**(Aktenzeichen)**

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 399 59 318.7**

hat der 27. Senat (Markenbeschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 5. Februar 2002 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Dr. Schermer, der Richterin Friehe-Wich und des Richters Schwarz

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Zur Eintragung als Wortmarke für „Ober- und Unterbekleidung, Kosmetika“ angemeldet ist die Wortfolge

#### **Millennium Look.**

Die Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat durch zwei Beschlüsse, von denen einer im Erinnerungsverfahren erging, die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Die Wortfolge „Millennium Look“ weise lediglich in werbeüblicher Art darauf hin, daß die so gekennzeichneten Waren den Anforderungen des neuen Jahrtausends an Stil, Erscheinungsbild und Funktionalität entsprächen. Die Anmeldung reihe sich in eine Vielzahl vergleichbarer Wortfolgen wie „Millennium Collection“, „Millennium Specials“, „Millennium Edition“ usw ein, die, wie die mit dem Erstbeschluß übersandten Kopien belegten, in der Werbung Verwendung fänden.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie meint, wenn man „Look“ als Bezeichnung für einen Modetrend ansehe, könne dieser Begriff für Kosmetika nicht beschreibend sein. „Millennium“ sei eine allgemeine Zeitbestimmung; über die Güte oder Beschaffenheit einer Ware sage dieses Wort nichts aus. In der Gesamtheit handele es sich um eine unterscheidungskräftige Wortfolge.

## II.

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet. Denn der zur Eintragung als Marke angemeldeten Wortfolge fehlt im Hinblick auf die beanspruchten Waren jegliche Unterscheidungskraft, so daß die Markenstelle die Anmeldung zu Recht zurückgewiesen hat (§§ 8 Abs. 2 Nr. 1, 37 Abs. 1 MarkenG).

Unterscheidungskraft ist die Eignung, Waren und Dienstleistungen nach ihrer betrieblichen Herkunft, nicht nach ihrer Beschaffenheit oder Bestimmung unterscheidbar zu machen (BGH GRUR 1995, 408 – PROTECH). Die angemeldete Bezeichnung ist hierzu nicht geeignet. Denn jedenfalls ein markenrechtlich relevanter Teil der angesprochenen Verkehrskreise wird ihr im Zusammenhang mit den zum Modebereich gehörenden Waren, für die die Marke bestimmt ist, lediglich einen werblichen Hinweis auf deren Beschaffenheit, nämlich deren modische Aktualität entnehmen, nicht jedoch auf die Herkunft aus einem bestimmten Unternehmen. Wie die Markenstelle zutreffend ausgeführt und durch einige der zahlreichen Beispiele aus der Werbung belegt hat, handelt es sich bei „MILLENIUM“ um eine in der Geschäfts- und Werbesprache außerordentlich beliebte Bezeichnung, die in erkennbar rein anpreisender Art zum Ausdruck bringt, daß die betreffenden Waren dem modernen zukunftsgerichtete Trend des neuen Jahrtausends entsprechen. Aus diesem Grund ist zB auch die vergleichbare Bezeichnung „21st century“ bereits mehrfach Gegenstand von Zurückweisungen gewesen (vgl BPatG MarkenR 2000, 290; 27 W (pat) 252/00 vom 22. Januar 2002).

Die im Vordergrund stehende Bedeutung der Wortkombination „Millennium Look“ als beschreibende Anpreisung einer aktuellen modischen Richtung gilt unabhängig davon, ob die Marke für Bekleidungsstücke oder für Kosmetika benutzt werden soll, denn sowohl die eine wie auch die andere Warengruppe unterliegt wechselnden Modetrends. Offensichtlich ist dies z. B., wenn man heute Fotos aus den 70er Jahren betrachtet, auf denen nach der damals aktuellen Mode gekleidete und geschminkte Personen abgebildet sind. Abgesehen davon ist zu berücksichtigen,

daß „Look“ - wie die Anmelderin selbst ausführt - auch „Aussehen“ bedeutet, und dieses wird wesentlich auch vom Einsatz von Kosmetika geprägt, vor allem im dekorativen Bereich; der stark von modischen Einflüssen bestimmt wird und sich zum Teil an der Bekleidung ausrichtet.

Die Ansicht der Anmelderin, eine Marke sei nur dann ungeeignet, als Herkunftshinweis zu dienen, wenn sie (im Hinblick auf die beanspruchten Waren und/oder Dienstleistungen) ausschließlich von beschreibendem Charakter sei, ist nicht zutreffend. Denn eine solche Interpretation des Zurückweisungsgrundes der Unterscheidungskraft trägt der gesetzlichen Vorgabe nicht Rechnung, daß das zugunsten der Mitbewerber bestehende Freihaltebedürfnis an beschreibenden Angaben (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG) und die aufgrund des Verständnisses der angesprochenen Verkehrskreise, insbesondere der Abnehmer der betroffenen Waren, zu beurteilende Frage der Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) zwei grundsätzlich voneinander unabhängige Tatbestände sind (EuGH GRUR 99, 723, 727 – Chiemsee).

Daß „Millennium Look“ die beanspruchten Waren selbst nach Beschaffenheit oder Bestimmungszwecke nicht unmittelbar beschreibt, ändert nichts daran, daß der Verkehr in dieser Bezeichnung in erster Linie einen Sachhinweis sieht, und zwar - wie die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat - einen Hinweis auf die Aktualität der so gekennzeichneten Waren. Dementsprechend besteht für den jeweils angesprochenen Verbraucher keine Veranlassung, der Kennzeichnung mit der Wortfolge „Millennium Look“ einen Hinweis auf die Herkunft der Waren aus einem bestimmten Unternehmen zu entnehmen.

Nach alledem war die Beschwerde zurückzuweisen.

Dr. Schermer

Schwarz

Friehe-Wich

Ko