

# BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 116/00

---

**(Aktenzeichen)**

## BESCHLUSS

**In der Beschwerdesache**

...

**betreffend die Markenmeldung 397 56 997.1**

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 24. Juli 2002 durch die Vorsitzende Richterin Winkler, Richterin Klante und Richter Sekretaruk

beschlossen:

Auf die Beschwerde werden die Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamtes – Markenstelle für Klasse 30 – vom 3. Juni 1998 und 13. Januar 2000 aufgehoben.

## **Gründe**

### **I**

Angemeldet zur Eintragung in das Markenregister als farbige (grün-weiß) Bildkollektivmarke für Honig, Bienenwachs ist

**siehe Abb. 1 am Ende**



Das Deutsche Patent- und Markenamt, Markenstelle für Klasse 30, hat die Anmeldung in zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, wegen fehlender Unterscheidungskraft gemäß § 97 Abs 1 MarkenG zurückgewiesen. Zur Begründung wurde ausgeführt, die Wortbestandteile "Deutscher Honig" stellten eine glatte Gattungsbezeichnung dar. Die graphische Gestaltung sei eine einfache graphische Hintergrundgestaltung. Die Anlehnung an eine Kreuzform vermöge keinerlei phantasievolle Eigenart zu begründen. Die vorliegende Marke bestehe zudem aus lauter nicht schutzfähigen Angaben (Honig, Deutsch, Deutscher Honig). "Bauchbinden bzw Banderolen" seien zudem gängig.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde des Anmelders. Er vertritt die Auffassung, die angemeldete Marke als Kollektivmarke weise die erforderliche Unterscheidungskraft auf. Wie der BGH in seiner Grundsatzentscheidung Madeira (vgl BGH GRUR 1996, 270) ausgeführt habe, sei die Unterscheidungskraft bei Kollektivmarken nicht auf die Individualisierungs- und Herkunftsfunktion die mit ihr gekennzeichneten Waren aus einem individuellen Unternehmen bezogen, sondern auf die Individualisierung und Unterscheidung der Waren der Mitglieder des Inhabers der Kollektivmarke nach ihrer betrieblichen oder geographischen Herkunft ihrer Qualität, ihrer Art oder ihren sonstigen Eigenschaften von denjenigen anderer Unternehmen. Geringe Unterscheidungskraft reiche aus und diese liege bei der angemeldeten Wort-/Bildmarke "Deutscher Honig" durch die grafische Ausgestaltung vor.

Der Anmelder beantragt sinngemäß, die angefochtenen Beschlüsse aufzuheben.

## II

Die zulässige Beschwerde ist begründet.

Die angemeldete Kollektivmarke ist unterscheidungskräftig gemäß §§ 97, 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG, auch steht ihr nicht das Eintragungshindernis einer bezeichnenden Angabe iSvon §§ 99, 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG entgegen.

Der Anmelder kann als rechtsfähiger Verband (eingetragener Verein) Anmelder einer Kollektivmarke sein (§ 98 S 1 MarkenG).

Der begehrten Eintragung in das Markenregister steht für die beanspruchten Waren nicht das Eintragungshindernis der fehlenden Unterscheidungskraft entgegen.

Als Kollektivmarken können alle als Marke schutzfähigen Zeichen im Sinne des § 3 eingetragen werden, die geeignet sind, die Waren oder Dienstleistungen der Mitglieder des Inhabers der Kollektivmarke von denjenigen anderer Unternehmen nach ihrer betrieblichen oder geografischen Herkunft, ihrer Art, ihrer Qualität oder ihren sonstigen Eigenschaften zu unterscheiden (§ 97 Abs 1 MarkenG). Nach § 97 Abs 2 MarkenG sind auf Kollektivmarken die Vorschriften des Gesetzes anzuwenden, sofern in dessen Teil 4 nichts anderes bestimmt ist. Demnach muß auch eine Kollektivmarke die für sonstige Marken nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG erforderliche Unterscheidungskraft aufweisen. Die Unterscheidungskraft bei Kollektivmarken ist nicht auf die die Individualisierungs- und Herkunftsfunktion der mit ihr gekennzeichneten Waren aus einem individuellen Unternehmen bezogen, sondern, wie § 97 Abs 1 MarkenG zu entnehmen ist, auf die Individualisierung und Unterscheidung der Waren der Mitglieder des Inhabers der Kollektivmarke nach ihrer betrieblichen oder geografischen Herkunft, ihrer Art, ihrer Qualität oder ihren sonstigen Eigenschaften von denjenigen anderer Unternehmen (BGH, GRUR 1996, 270, - MADEIRA).

Die angemeldete Bildmarke ist zunächst geeignet, die Waren der Mitglieder des Inhabers der Kollektivmarke von denjenigen anderer Unternehmen auch nach ihrer geografischen Herkunft zu unterscheiden. Schon der Wortbestandteil "Deut-

scher Honig" ermöglicht ohne weiteres die Unterscheidung von Honig aus Österreich, Italien usw.

Zudem ist die angemeldete Kollektivmarke geeignet, die Waren der Mitglieder des Inhabers der Kollektivmarke von denjenigen anderer Unternehmen auch nach ihrer betrieblichen Herkunft zu unterscheiden. So besteht die angemeldete Marke aus Bildbestandteilen und zwar aus "Deutscher Honig", in einer besonderen, antiquiert wirkenden Schrift, und einer im Zentrum stehenden kreuzförmigen Umrandung, wobei der Mittelpunkt des Kreuzes die Buchstaben "er" des Wortes "Deutscher" beinhaltet.

Auch dies sind charakteristische Merkmale, in denen der Verkehr einen Herkunftshinweis sieht. Grafischen Gestaltungen oder Verzierungen des Schriftbilds kann - sofern sie sich nicht auf einfache geometrische Formen (Dreiecke, Rechtecke, Kreise usw) beschränken - die Unterscheidungskraft nur dann abgesprochen werden, wenn festgestellt ist, dass es sich um solche handelt, an die sich der Verkehr etwa durch häufige werbemäßige Verwendung gewöhnt hat. Entsprechende Feststellungen hat die Markenstelle nicht getroffen; auch der Senat konnte Feststellungen dieser Art nicht treffen.

Die Marke ist schon deshalb nicht Mitbewerbern freizuhalten, welche abweichend von § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG Kollektivmarken ua (ausschließlich aus Angaben bestehen können, die im Verkehr zur Bezeichnung der geografischen Herkunft der Waren dienen können (§ 99 MarkenG).

Winkler

Sekretaruk

Klante

Hu

**Abb. 1**

