

# BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 11/02

---

**(Aktenzeichen)**

## BESCHLUSS

**In der Beschwerdesache**

...

**betreffend die Markenmeldung 399 31 762.7**

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 25. September 2002 unter Mitwirkung des Richters Kraft als Vorsitzendem sowie des Richters Reker und der Richterin Eder

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluß der Markenstelle für Klasse 20 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 26. September 2001 aufgehoben.

**Gründe:**

**I.**

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist die Bezeichnung

**CONNOISSEUR**

für die Waren

"Bilderrahmen"

zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden.

Nach einer Beanstandung der angemeldeten Marke unter Hinweis auf die Schutzhindernisse des § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG hat die Markenstelle für Klasse 20 diese Anmeldung wegen Bestehens eines Freihaltebedürfnisses zurückgewiesen. Das Wort "connoisseur" gehöre der englischen Sprache an und werde mit "Kenner" bzw "Connaissanceur" übersetzt. Es habe mittlerweile Eingang in die deutsche Sprache gefunden und werde im Sinne von "Kenner" verwendet. Darüber hinaus erschließe sich dieser Sinngelhalt den betroffenen Verkehrskreisen schon wegen der Sprachähnlichkeit zum französischen Begriff "connaissanceur", welcher auch in der deutschen Sprache lexikalisch nachweisbar sei. Damit beschreibe die Marke, daß das so gekennzeichnete Produkt besonders hochwertig sei. Dies könne sich

schon aus der Wahl des jeweiligen Materials oder dessen Verarbeitung ergeben. Damit genüge das jeweilige Produkt eben auch den besonderen Anforderungen, welche ein Kenner an die Ware stelle. Die mit dem Markenwort gekennzeichneten Waren seien demnach von einer so hohen Qualität, daß sie auch einer kritischen Beurteilung durch einen Kenner standhielten. Auch im Handel mit Bilderrahmen würben zahlreiche Verkäufer damit, daß es sich bei ihren Waren um besonders edle oder hochwertige Bilderrahmen handle, die entweder von "Connoisseurs" gefertigt oder für "Connoisseurs" bestimmt seien. Dieser Begriff sei für die Mitbewerber freizuhalten, die die unmittelbar beschreibende Sachangabe ebenfalls benötigten.

Hiergegen wendet sich die Anmelderin mit der Beschwerde. Sie bezweifelt, daß das angemeldete Wort Eingang in die deutsche Sprache gefunden habe. Eher könne die Sprachähnlichkeit zum französischen Begriff "Connaissanceur" eine gewisse Bedeutung haben. Letztlich könne aber dahinstehen, wie groß der Bekanntheitsgrad des angemeldeten Wortes in Deutschland sei. Entscheidend sei vielmehr, daß das angemeldete Markenwort keinen unmittelbaren Bezug zu den beanspruchten Waren habe. Wenngleich der deutsche Ausdruck "Kenner" im Zusammenhang mit bestimmten Waren besonders gebräuchlich sei (wie z B Weinkenner, Kunstkenner), so lasse er sich doch im Zusammenhang mit praktisch jeder Art von Produkten und auch Tätigkeiten verwenden. Zweifellos enthalte aber weder das deutsche noch das angelsächsische Wort eine konkret warenbezogene beschreibende Sachaussage, die auf eine bestimmte, für den Verkehr bedeutungsvolle Eigenschaft der Ware selbst Bezug nehme. Von der Bestimmung des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG würden demgegenüber nur Wörter erfaßt, die einen Warenbezug aufwiesen. Bei allgemeinen, nicht warenbezogenen und in verschiedenen Warenbereichen einsetzbaren Ausdrücken könne dagegen kein Eintragungshindernis angenommen werden. Der angemeldeten Bezeichnung fehle auch nicht jegliche Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG.

Die Anmelderin beantragt, den Beschluß der Markenstelle für Klasse 20 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 26. September 2001 aufzuheben.

## II.

Die zulässige Beschwerde der Anmelderin ist begründet. Der Eintragung der angemeldeten Marke stehen die in § 8 MarkenG aufgeführten Schutzhindernisse nicht entgegen.

Bei der angemeldeten Bezeichnung handelt es sich nicht um eine Angabe, die im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder sonstiger Merkmale der beanspruchten Waren dienen könnte (§ 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG). Nach dieser Bestimmung sind nur solche Bezeichnungen vom Schutz als Marke ausgeschlossen, die eine konkret warenbezogene beschreibende Sachaussage enthalten, die auf eine bestimmte für den Verkehr bedeutsame Eigenschaft der Ware selbst Bezug nimmt (BGH GRUR 1998, 465, 467 – BONUS; 1998, 813, 814 – CHANGE; BifPMZ 1999, 410, 411 – FOR YOU).

Eine solche konkrete Aussage über eine für den Verkehr bedeutsame Eigenschaft der beanspruchten Waren enthält die angemeldete Bezeichnung nicht. Der Senat hat bereits Bedenken, ob die angesprochenen Verkehrskreise das englische Wort "connoisseur" verstehen und (richtig) übersetzen werden. Dies kann aber dahingestellt bleiben. Auch wenn mit der Markenstelle davon ausgegangen wird, daß die Bezeichnung "CONNOISSEUR" für die angesprochenen Verbraucher wegen ihrer Nähe zum französischen Wort "connaissance" verständlich ist und im Sinne von "Kenner" übersetzt werden wird, stellt die beanspruchte Bezeichnung keine konkrete, beschreibende Angabe über für den Verkehr bedeutsame Eigenschaften der beanspruchten Waren dar. Der Begriff "Kenner" beschreibt die Eigenschaften eines Menschen, läßt aber ohne weitere (beschreibende) Hinzufügung offen, worin diese Eigenschaft besteht. So bleiben sowohl das Fachgebiet wie auch des-

sen Art und Umfang offen. Damit trifft dieser Begriff keine konkrete Aussage über die Beschaffenheit der vorliegend beanspruchten Waren. Insoweit kann lediglich eine Assoziation hervorgerufen werden, daß es sich hierbei um besonders seltene, gut hergestellte, qualitätvolle Waren handelt. Dies ist aber nicht zwingend der Fall, sondern bleibt letztlich immer eine Auslegung durch den individuellen Betrachter. Der angemeldete Begriff ist auch keine Bestimmungsangabe. Zu unklar bleibt nämlich die Zielgruppe. Ist diese bei Bezeichnungen wie "Weinkenner" oder "Kunstkenner" nach ihrem Fachgebiet klar umrissen und aufgrund Gebrauch und Üblichkeit auch in ihrem Sinngehalt klar, so sagt der Begriff "Kenner" bzw entsprechend "CONNOISSEUR" weder etwas über die Fachrichtung noch über die Art und Weise der Kenntnisse aus.

Ein aktuelles Freihaltungsbedürfnis an der angemeldeten Bezeichnung kann auch deshalb nicht angenommen werden, weil nicht festgestellt werden kann, daß die angemeldete Marke bereits als beschreibende Angabe für die entsprechenden Waren benutzt wird. Es sind auch keine Anhaltspunkte dafür ersichtlich, daß die Mitbewerber die angemeldete Bezeichnung in absehbarer Zeit zur Beschreibung konkreter Eigenschaften von "Bilderrahmen" benötigen könnten.

Der angemeldeten Marke fehlt auch nicht jegliche Unterscheidungskraft (§ 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG).

Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden. Hierbei ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, d.h. jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden (BGH MarkenR 2000, 264 - LOGO). Kann einer Wortmarke kein für die in Frage stehenden Waren im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen oder einer bekannten Fremdspra-

che, das vom Verkehr – etwa auch wegen einer beschreibenden Verwendung in der Werbung (BGH WRP 1998, 495, 496 – Today) – stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so gibt es keinen tatsächlichen Anhalt dafür, daß einem als Marke verwendeten Wortzeichen jegliche Unterscheidungskraft fehlt (BGH GRUR 1995, 408, 409 – PROTECH; MarkenR 1999, 195, 197 – PREMIERE II; BIfPMZ 1999, 408, 409 – YES; aaO - FOR YOU).

Die angemeldete Wortmarke weist, wie im Hinblick auf das Schutzhindernis des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG bereits festgestellt wurde, keinen konkret beschreibenden Begriffsinhalt auf. Es fehlen auch sonstige tatsächliche Anhaltspunkte für die Annahme, daß die angemeldete Bezeichnung bei einer Verwendung als Marke nicht als betrieblicher Herkunftshinweis verstanden werden könnte. Eine Verwendung der angemeldeten Marke als beschreibende Angabe auf Produkten der Mitbewerber oder ganz allgemein in der Werbung hat die Markenstelle nicht nachgewiesen. Sie ist auch für den Senat nicht feststellbar. In Ermangelung konkreter Tatsachen, die den Verkehr daran gewöhnt haben könnten, die Bezeichnung "CONNOISSEUR" nur noch als rein warenbeschreibende Angabe ohne Betriebs- und Produktidentifizierungsfunktion zu verstehen, kommt eine Zurückweisung dieser Bezeichnung wegen des Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes nicht in Betracht. Im übrigen ist zu berücksichtigen, daß der Verkehr erfahrungsgemäß wenig geneigt ist, eine Waren- oder Dienstleistungsbezeichnung begrifflich zu analysieren und eine solche Bezeichnung in der Regel so annimmt, wie sie ihm entgegentritt (BGH GRUR 1992, 515 - Vamos; aaO - PROTECH), wenn sie markenmäßig verwendet wird (BGH BIPMZ 2000, 53, 55 - FÜNFER).

Kraft

Reker

Eder

Fa