

BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 327/02

(Aktenzeichen)

An Verkündungs Statt
zugestellt am

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 301 48 345.0

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 14. Januar 2003 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Winkler, der Richterin Dr. Hock und des Richters Baumgärtner

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I

Das Deutsche Patent- und Markenamt hat die Anmeldung der Wortmarke

DECOFLOOR

für die Waren

"Beschichtungen aus insbesondere Spachtelmassen, Epoxidharzen, Polyurethan oder Sand-Zementgemischen zur in situ Herstellung von Böden"

durch Beschluß der Markenstelle für Klasse 19 vom 26. Juli 2002 gemäß §§ 8 Abs 2 Nr 1, 37 Abs 1 MarkenG wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Die Markenstelle hat ausgeführt, daß die angesprochenen Verkehrskreise das angemeldete Zeichen ohne weitere Überlegung als "dekorativer (Fuß)boden" erkennen würden. Dieser entstehe bei Anwendung bzw dem Verbau der dafür benötigten und zum Markenschutz angemeldeten Waren, bei denen es sich um Grundmaterialien des Baustoffbereichs handle, aus denen "vor Ort", dh nach Durchführung eines hierfür vorgesehenen Anwendungs- bzw Mischverfahrens, Fußböden hergestellt werden können.

Mit ihrer Beschwerde gegen diese Entscheidung beantragt die Anmelderin,

den angefochtenen Beschluß der Markenstelle aufzuheben.

Sie trägt vor, daß die Markenstelle ihr Verständnis der Gesamtbezeichnung "DECOFLOOR" aus der Würdigung seiner Einzelbestandteile bezogen habe, wo-

bei "Deco" ohne weiteres mit dem Begriff "Dekoration" gleichgesetzt werde. Dieser Markenbestandteil sei jedoch interpretationsbedürftig und -fähig. Komponenten zur Herstellung von Bodenbeschichtungen würden mit "Deco" jedenfalls nicht in Verbindung gebracht werden. Der Ausdruck "dekorativer Fußboden" vermittle keine informative Produkteigenschaft. Der Gesamtbegriff sei nicht nachweisbar und sprachunüblich gebildet.

Die Anmelderin verweist im übrigen weiter auf deutsche und ausländische Voreintragungen.

Hinsichtlich der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II

Die Beschwerde ist nicht begründet.

Nach Auffassung des Senats fehlt der angemeldeten Marke jedenfalls jegliche Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG, so daß die Markenstelle des Patentamts die Anmeldung im Ergebnis zu Recht gemäß § 37 Abs 1 MarkenG zurückgewiesen hat.

Bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft als der einer Marke innewohnenden konkreten Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfaßten Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden, ist zwar grundsätzlich ein großzügiger Maßstab anzulegen, dh jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um dieses Schutzhindernis zu überwinden (stRspr vgl BGH WRP 2001, 182 - marktfrisch; GRUR 2002, 540 - OMEPRAZOK). Dies gilt insbesondere deshalb, weil der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in aller Regel so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt und er es keiner analysierenden Betrachtungsweise unterzieht. Kann demnach einer Wortmarke kein für die beanspruchten Waren im Vordergrund stehender

beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so gibt es keinen tatsächlichen Anhalt dafür, daß ihr die Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (stRspr BGH aaO - marktfrisch; BGH GRUR 1999, 1089 - YES).

Die angemeldete Marke ist aus den Begriffen "DECO" und "FLOOR" zusammengesetzt. Den zum englischen Grundwortschatz gehörenden Begriff "floor" werden die angesprochenen Verkehrskreise, hier im wesentlichen Fachleute aus dem Baugewerbe, ohne weiteres mit "(Fuß)boden" übersetzen können.

"Deco" ist als Abkürzung für "dekorativ"/"Dekoration" ein weitverbreiteter Begriff, wie sich aus einer vom Senat durchgeführten Internetrecherche ergeben hat. So wirbt beispielsweise das Internetauktionshaus ebay (www.ebay.de) für "Angebote zum Thema Deco"; unter www.zinnfiguren-hofmann.de wird "Deco, Decorations for all opportunities" angeboten (ähnlich auch BPatG 32 W (pat) 6/98 - DECO-STYLE).

Zwar ist, wie die Anmelderin zutreffend ausführt, bei der Beurteilung der Marke zu berücksichtigen, daß der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in seiner Gesamtheit mit all seinen Bestandteilen so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt ohne es einer zergliedernden Betrachtungsweise zu unterziehen, so daß bei aus mehreren Wörtern bestehenden Marken das Vorliegen des Schutzhindernisses nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG für die Wortfolgen in ihrer Gesamtheit festzustellen ist (MarkenR 2000, 420, 421 - Rational Software Corporation). Das Gesamtzeichen bringt aber im vorliegenden Fall bezogen auf die angemeldeten Waren zum Ausdruck, daß diese zur Herstellung eines dekorativen Fußbodens bestimmt sind. Wie die Markenstelle insoweit zutreffend ausgeführt hat, ist die Mischung der hier angebotenen Substanzen zu einem Endprodukt vor Ort üblich, wobei der dekora-

tive Charakter der Bodenbeschichtungen durch entsprechende Veränderungen der beizugebenden Stoffe beispielsweise hinsichtlich Farbgebung oder Oberflächenstruktur gestaltet werden kann.

Dem Zeichen kann die Schutzfähigkeit auch nicht deshalb zugebilligt werden, weil es teilweise für ähnliche Waren - in anderen Ländern als Marke eingetragen worden ist. Denn diese Eintragungen lassen keine Rückschlüsse auf das Verständnis des Zeichens beim inländischen Publikum zu, auf das allein bei der Beurteilung der Schutzfähigkeit nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG abzustellen ist (vgl auch Althammer/Ströbele/Klaka, Markengesetz, 6. Aufl, § 8 Rdz 86 ff).

Die Anmelderin kann zur Frage der Schutzfähigkeit schließlich auch nicht auf eingetragene identische Drittzeichen verweisen. Selbst eine Reihe gleicher oder ähnlicher Marken kann nicht zu einer Selbstbindung des Deutschen Patent- und Markenamts führen und ist erst recht für das Bundespatentgericht unverbindlich (vgl BGH GRUR 1989, 420 - K-Süd).

Der Senat neigt im übrigen zur Annahme eines Freihaltungsbedürfnisses gemäß § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG, was hier jedoch keiner abschließenden Beurteilung mehr bedarf.

Winkler

Baumgärtner

Dr. Hock

CI