



BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 52/03

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 302 32 140.3

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 11. November 2003 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie des Richters Guth und der Richterin Kirschneck

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluß der Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 4. November 2002 aufgehoben.

Gründe

I.

Die Wortmarke

DARK BLUE

ist nach einer im Beschwerdeverfahren erfolgten Einschränkung des Warenzeichnisses noch für Waren

„Mittel zur Körper- und Schönheitspflege; auf der Basis von Duftstoffen hergestellte Toilettenartikel; Präparate für die Reinigung, Pflege und Verschönerung der Haut, der Kopfhaut und der Haare; sämtliche vorgenannte Waren ausgenommen solche mit färbenden Eigenschaften oder Wirkungen; Toilettenseifen; Parfümeriewaren; Körperdeodorants; ätherische Öle.“

zur Eintragung in das Markenregister angemeldet.

Mit Beschluß vom 4. November 2002 hat die Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts, besetzt mit einer Beamtin des höheren Dienstes, die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft und als beschreibende freihaltebedürftige Angabe gemäß §§ 37 Abs 1, 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG zurückgewiesen. Die angesprochenen Verkehrskreise würden die aus einfachen Wörtern der englischen Sprache bestehende Wortzusammensetzung „DARK BLUE“ ohne weiteres mit dem gebräuchlichen deutschen Ausdruck „dunkelblau“ übersetzen. In dieser Bedeutung beschreibe die angemeldete Marke anschaulich die Beschaffenheit der beanspruchten Waren, die alle von dunkelblauer Farbe sein könnten, wobei in der Kosmetikindustrie blau eingefärbte Produkte Frische suggerierten. Die angemeldete Marke sei daher un-

geeignet, auf die betriebliche Herkunft der beanspruchten Waren hinzuweisen. Nachdem es sich bei „DARK BLUE“ um einen warenbeschreibenden Begriff handle, dessen Verwendung zum Hinweis auf die Farbe von Kosmetikprodukten (zB Kajalstiften, Mascara, Lidschatten) zudem im Internet belegbar sei, werde er außerdem von dem Mitbewerbern zur beschreibenden Bezeichnung einschlägiger Waren benötigt und sei daher freihaltebedürftig.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie beantragt (sinngemäß),

den angefochtenen Beschluß aufzuheben.

Nach ihrer Auffassung stehen der Eintragung der angemeldeten Marke jedenfalls nach der vorgenommenen Einschränkung des Warenverzeichnisses keine absoluten Schutzhindernisse entgegen, da das Verzeichnis insoweit den Waren ihrer früher angemeldeten Wortmarke 301 51 592.1 „DARK BLUE“ entspreche, für die der Senat mit Beschluß vom 3. Juni 2003, 24 W (pat) 130/02, die Eintragungsfähigkeit der Marke anerkannt habe.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache Erfolg. Nach Auffassung des Senats stehen der Eintragung der angemeldeten Marke für die nach Einschränkung konkret noch beanspruchten Waren die Schutzhindernisse des § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG nicht entgegen.

Angesichts der mit dem parallelen Beschwerdeverfahren 24 W (pat) 130/02 betreffend die Markenmeldung 301 51 592.1 „DARK BLUE“ der Anmelderin nahezu völlig übereinstimmenden Sach- und der Rechtslage wird zur Begründung auf den in diesem Verfahren ergangenen Beschluß des Senats vom 3. Juni 2003 Bezug genommen und verwiesen. Darin ist folgendes ausgeführt:

„... Wie von der Markenstelle zutreffend festgestellt, kommt der angemeldeten englischen Wortkombination "DARK BLUE" die Bedeutung "dunkelblau" zu (vgl. PONS, Großwörterbuch für Experten und Universität, Deutsch-Englisch, 2001, S 193). Angesichts des aus einfachsten englischen Grundwörtern bestehenden Begriffs ist außerdem davon auszugehen, daß die angesprochenen inländischen Verkehrskreise den sich aus der direkten Übersetzung ergebenden Wortsinn "dunkelblau" ohne weiteres und eindeutig als Farbbezeichnung erfassen werden.

In diesem Sinn stellt der Begriff "DARK BLUE" nach Auffassung des Senats zwar für solche Waren eine lediglich sachlich beschreibende, nach den obigen Bestimmungen nicht unterscheidungskräftige und freihaltebedürftige Angabe dar, bei denen die dunkelblaue Farbe oder Farbwirkung ein wesentliches Produktmerkmal darstellt, wie dies speziell im Bereich der dekorativen Kosmetika, etwa bei Lidschatten, Kajalstiften, Mascara, Nagellacken, Lippenstiften oder Haarfarben bzw. -tönungen, der Fall sein kann. .. Für die nach Einschränkung verbleibenden streitgegenständlichen Waren ist jedoch eine insofern beschreibende Bedeutung der angemeldeten Marke "DARK BLUE" ausgeschlossen. Soweit bei den betreffenden Waren die Farbe als Beschaffenheitsmerkmal überhaupt noch in Betracht kommen kann, nimmt der angefügte Vermerk ausdrücklich solche mit färbenden Eigenschaften oder Wirkungen aus.

Die dunkelblaue Farbe spielt für die noch entscheidungsrelevanten Waren allenfalls als dekoratives Element der Produkt- oder Verpackungsaufma-

chung eine Rolle. Hierbei ist jedoch zu berücksichtigen, daß nach der Rechtsprechung die wörtliche Benennung von Warenaufmachungen oder Aufmachungselementen markenrechtlich nicht ohne weiteres mit dem benannten Gegenstand gleichgestellt werden darf (BPatG GRUR 1993, 827 "KARO"; BIPMZ 1994, 41 "RED BAND"). Die wörtliche Benennung eines Ausstattungselements ist daher regelmäßig nur dann als nicht unterscheidungskräftige oder ggf beschreibende freihaltebedürftige Angabe gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG zu beurteilen, wenn das betreffende Ausstattungselement eine wesensbestimmende oder zumindest wichtige Produkteigenschaft verkörpert oder sonst für die fraglichen Waren eine bedeutende Rolle spielt, so daß seine Benennung in einem erkennbaren naheliegenden Bezug zu den Waren steht (vgl Althammer/Ströbele, MarkenG, 6. Aufl, § 8 Rdn 50 u 152, mwNachw a d Rspr).

Eine wichtige Produkteigenschaft stellt die dunkelblaue Farbe, wie oben dargelegt, für die noch in Rede stehenden Waren nicht dar. Dabei läßt sich auch aus dem Umstand, daß Farben eine farbpsychologische Wirkung haben und oft mit bestimmten Gefühlen oder Vorstellungen assoziiert werden, etwa „blau“ mit Frische, Wasser, Meer oä, keine warenbeschreibende Bedeutung einer dunkelblauen Produkt- oder Verpackungsaufmachung herleiten. Denn hierdurch werden allenfalls vage assoziative Vorstellungen hervorgerufen, nicht jedoch konkrete Hinweise auf Art, Beschaffenheit oder Wirkung der Waren zum Ausdruck gebracht.

Ebenso wenig läßt sich feststellen, daß der Farbe "Dunkelblau" als Teil der Ausstattung einschlägiger Waren eine besondere Bedeutung zukäme, etwa als warentypische, häufig verwendete Farbaufmachung, auf die regelmäßig in Wortform hingewiesen würde (vgl hierzu KG GRUR 1984, 201, 203 "Die Weissen"; BPatG GRUR 1996, 883, 884 "BLUE LINE"). Daß zusammengehörige bzw sich ergänzende Warensortimente eines

Herstellers, wie beispielsweise Pflege- und Kosmetikserien, auch hinsichtlich der Farbgestaltung in einer einheitlichen Produktaufmachung angeboten werden, stellt ein auf vielen Produktbereichen übliches und naheliegendes Marktauftreten dar, dem der Verkehr regelmäßig keine besondere Bedeutung beimißt und das in der Produktwerbung auch nicht als Merkmal der Waren wörtlich herausgestellt wird. Dies selbst dann nicht, wenn es sich, wie bei einer Blaufärbung, im Hinblick auf das hiermit verbundene Assoziationsspektrum zu Frische, Wasser und Meer um eine für die betroffenen Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Toilettenartikel etc naheliegende, häufiger verwendete Produkt- und Packungsfarbe handelt.

Der in diesem Zusammenhang gemachte Hinweis der Markenstelle, daß einzelne Hersteller Pflegeserien in einer bestimmten Farbe gestalten und sie sogar nach der Farbe benennen (zB die Pflegeserie „Türkis“ der Firma Fenjala), deutet weniger auf einen beschreibenden, sondern eher auf einen markenmäßigen Gebrauch der Farbangabe hin. Hierbei ist zu berücksichtigen, daß eine Farbangabe in Alleinstellung, zumal wie vorliegend in englischer Sprache, als Hinweis auf eine entsprechende farbliche Aufmachung einer Produktserie wenig verständlich ist, sich ein solches Verständnis vielmehr regelmäßig erst im ergänzenden sprachlichen Kontext ergibt, zB „unsere dunkelblaue Pflegeserie“ oder „The Dark Blue Line“ (vgl BGH BIPMZ 1997, 360, 361 „à la Carte“; GRUR 2002, 64, 65 „INDIVIDUELLE“). ...“

Aus eben diesen Gründen kann der vorliegend angemeldeten Marke für die verbleibenden Waren - auch unter dem Gesichtspunkt der wörtlichen Benennung eines Ausstattungselements - weder die nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG

erforderliche Unterscheidungskraft abgesprochen werden, noch handelt es sich um eine beschreibende, freihaltebedürftige Angabe im Sinn des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG.

Ströbele

Guth

Kirschneck

Bb