

| | | | |
|--------------------------|-----------------|-------------------|--------------------------------------|
| Bundespategericht | Leitsatz | | Rechtsbeschwerde zugelassen: nein |
| 27. Senat | 07.03.2006 | 27 W (pat) 105/05 | |
| § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG | | | |

Ziernahtähnliches Bildzeichen

1. Der Beurteilung der Schutzfähigkeit einer als Bildmarke angemeldeten Kennzeichnung darf nur deren Verwendung als Bild, d. h. in zweidimensionaler Form, zugrundegelegt werden, so dass es der Eintragbarkeit der Bildmarke nicht entgegensteht, wenn die in ihr in zweidimensionaler Form wiedergegebene Gestaltung als dreidimensionaler Bestandteil der beanspruchten Waren Verwendung finden kann, denn als dreidimensionaler Teil der betroffenen Waren kann sich diese Gestaltung erheblich von der (zweidimensionalen) Bildmarke unterscheiden, so dass es sich im Fall, dass die Verbraucher in diesem dreidimensionalen Bestandteil der Waren ebenfalls einen Herkunftshinweis sähen, um eine den kennzeichnenden Charakter der Bildmarke erheblich verändernde Verwendung i. S. d. § 26 Abs. 3 MarkenG handeln könnte.
2. Dies schließt aber nicht aus, dass ein Bildzeichen in Form eines (zweidimensionalen) Bildes vom Verbraucher nicht mehr als Herkunftshinweis angesehen wird, wenn sie die beanspruchten Waren oder deren Bestandteile für das Publikum erkennbar wiedergibt oder wenn es sich bei ihm um eine im betroffenen Warenssektor übliche einfache ornamentale Gestaltung handelt, welcher die Verbraucher in der Regel keinen Herkunftshinweis entnehmen.
3. Einer ungewöhnlich gestalteten bildlichen Darstellung, welche an eine Straßen- oder Flussdarstellung in geografischen Karten erinnert, kann die erforderliche Unterscheidungskraft für Waren der Klasse 25 nicht mit der Begründung abgesprochen werden, es handele sich bei ihr um eine mögliche Kleidungsnaht.



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 105/05

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die angemeldete Marke 304 64 068.9

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am
7. März 2006 durch ...

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 27. April 2005 aufgehoben.

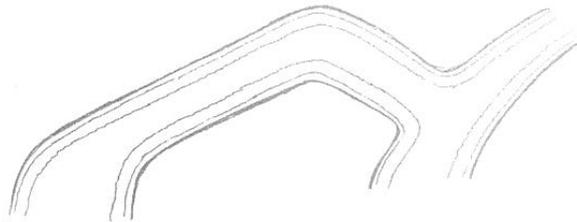
Gründe

I

Die Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit dem im Tenor genannten Beschluss die Anmeldung der für

"Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen"

als Bildmarke beanspruchten Darstellung



nach § 37 Abs. 1, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG als nicht unterscheidungskräftige Angabe mit der Begründung zurückgewiesen, dass die angemeldete Darstellung von den angesprochenen Verkehrskreisen als die bloße Wiedergabe einer Nahtführung aufgefasst werde, wie sie typischerweise an Bekleidungsstücken und Schuhen anzutreffen sei. Angesichts der auf dem relevanten Marktsektor bestehenden Produktvielfalt weise sie keine schutzbegründende Originalität auf, wegen der sie sich dem Publikum als Herkunftshinweis einprägen.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, mit der sie ihr Begehren auf Eintragung der angemeldeten Marke weiterverfolgt. Ihrer Ansicht nach weist das angemeldete Zeichen das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft auf. Eine auch nur entfernte Ähnlichkeit mit den beanspruchten Waren sei bei ihm nicht zu erkennen. Es stehe ferner in keinem Zusammenhang mit einer Naht auf einem Bekleidungsstück, denn es bilde schon kein Kleidungsstück ab, dessen Nahtführung erkennbar sei; vielmehr handele es sich bei der Darstellung um eine typische zweidimensionale geometrische Gestaltung.

II

Die zulässige Beschwerde hat Erfolg, weil entgegen der Auffassung der Markenstelle der angemeldeten zweidimensionalen Darstellung das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG letztlich nicht abgesprochen werden kann.

1. Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift ist nach der ständigen Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs (vgl. EuGH MarkenR 2003, 187, 190 [Rz. 41] - Gabelstapler, WRP 2002, 924, 930 [Rz. 35] – Philips/Remington) und des Bundesgerichtshofs (vgl. BGH GRUR 2000, 502, 503 – St. Pauli Girl; GRUR 2000, 720, 721 – Unter Uns) die Eignung einer Marke, vom durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher (vgl. EuGH GRUR 2003, 604, 605 – Libertel; GRUR 2004, 943, 944 – SAT.2) als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Trotz des grundsätzlich gebotenen großzügigen Maßstabs (st. Rspr., vgl. BGH, GRUR 1995, 408 [409] – PROTECH; BGH GRUR 2001, 413, 415 - SWATCH) fehlt einer Kennzeichnung die Unterscheidungskraft stets dann, wenn die angesprochenen Verkehrskreise in ihr keinen Hinweis auf die Herkunft der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen aus einem *bestimmten* Unternehmen sehen, was etwa bei einem für die fraglichen Waren oder Dienstleistungen im Vordergrund

stehenden beschreibenden Begriffsinhalt (vgl. BGH GRUR 2001, 1151, 1153 - marktfrisch; GRUR 2003, 1050, 1051 – City-Service; BGH, GRUR 2001, 162, 163 m. w. N. – RATIONAL SOFTWARE CORPORATION) oder bei Werbeaussagen allgemeiner Art (vgl. BGH MarkenR 2000, 262, 263 – Unter uns; WRP 2000, 298, 299 – Radio von hier; WRP 2000, 300, 301 – Partner with the best; GRUR 2001, 1047, 1048 – LOCAL PRESENCE, GLOBAL POWER; GRUR 2001, 735, 736 – "Test it"; GRUR 2002, 1070, 1071 – Bar jeder Vernunft) der Fall ist. Diese Grundsätze gelten auch für ein als Marke angemeldetes Bildzeichen, das nur dann nicht mehr unterscheidungskräftig ist, wenn es die im Warenverzeichnis genannten Waren naturgetreu bildlich wiedergibt (BGH WRP 1997, 755 - Autofelge; WRP 1999, 526 - Etiketten, mit weiteren Nachw.) oder wenn es sich bei ihm um eine einfache geometrische Form oder ein sonstiges einfaches graphisches Gestaltungselement handelt, und eine solche Gestaltung - wie dem Verkehr aus Erfahrung bekannt ist - in der Werbung, auf der Ware, ihrer Verpackungen oder auf Geschäftsbriefen üblicherweise in bloß ornamentaler, schmückender Form verwendet wird (vgl. BGH GRUR 2000, 502, 503 – St. Pauli Girl; GRUR 2001, 734, 735 - Jeanshosentasche; HABM Mitt. 2001, 273, 275 – M-förmige Steppnähte). Nach diesen Grundsätzen verfügt das hier in Rede stehende Bildzeichen über das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft.

2. Entgegen der Auffassung der Markenstelle kann die Unterscheidungskraft der vorliegend als bloße Bildmarke angemeldeten Kennzeichnung nicht mit der Begründung verneint werden, bei der darin wiedergegebenen Strichführung handele es sich um die Wiedergabe eines Nahtmusters, das Bestandteil der beanspruchten Kleidungsstücke, Schuhe und Kopfbedeckungen sein könne.

a) Soweit damit zum Ausdruck gebracht werden soll, dass sie unmittelbarer Teil der betreffenden Kleidungsstücke, Schuhe und Kopfbedeckungen sein könne, diese also entsprechend gestaltete Nähte aufweisen können, kann dies einen Ausschluss der Schutzfähigkeit der angemeldeten Bezeichnung nicht begründen; denn dies würde eine dreidimensionale Verwendung der Anmeldemarke voraus-

setzen, von der aber bei der hier als Bildmarke angemeldeten Kennzeichnung nicht ausgegangen werden kann.

Der Prüfung, ob eine Kennzeichnung vom Verkehr als warenbeschreibend oder als einfaches Ornament, nicht aber als Herkunftshinweis angesehen wird, sind zwar alle möglichen Verwendungen zugrundezulegen, die bei markenmäßigen Kennzeichnungen üblich sind. Dabei ist aber zu beachten, dass Art und Weise einer Verwendung als Marke nicht bei allen Markenformen gleich sind. So sind etwa die Möglichkeiten zur Kennzeichnung einer Ware mit einer Positions- oder Aufmachungsmarke ganz erheblich gegenüber denjenigen bei Wort- oder Bildmarken eingeschränkt. Aber auch die Verwendung einer dreidimensionalen Marke weicht nicht unerheblich von einer Bildmarke ab, weil letztere als zweidimensionale Kennzeichnung dreidimensionale Formen nur als Projektion - also statt in drei nur in zwei Dimensionen - wiedergeben kann; die Projektion eines dreidimensionalen Objekts auf eine (zweidimensionale) Fläche führt aber zwingend zu einer erkennbaren Veränderung der in dem dreidimensionalen Objekt vorhandenen Proportionen.

Da es somit ausgeschlossen ist, dass eine Bildmarke eine dreidimensionale Form annehmen kann, kommt bei ihr als Verwendung in Zusammenhang mit Waren, die - wie die hier in Rede stehenden - nur in dreidimensionaler Form denkbar sind, nur ihre zweidimensionale Wiedergabe, etwa als aufgedrucktes oder aufgenähtes Bild, in Betracht. Demgegenüber ist eine Verwendung als unmittelbarer Teil dieser Waren - bei den vorliegend beanspruchten Kleidungsstücken, Schuhen und Kopfbedeckungen etwa in Form einer Ärmel-, Hosen- oder Schuhnaht - von vornherein nicht möglich, weil eine Naht als Bestandteil dieser (dreidimensionalen) Waren nur in einer dreidimensionalen Form herstellbar ist. Zwar ist es durchaus denkbar, dass die angemeldeten Bekleidungsstücke, Schuhwaren und Kopfbedeckungen Nähte aufweisen, welche eine Gestaltung - insbesondere eine Linienführung - aufweisen, die der in der angemeldeten Bildmarke wiedergegebenen Form entspricht. Da eine Bildmarke aber wie vorliegend ausgeführt keine dreidimensionale Form

haben kann, würde es sich bei einer solchen Nahtführung nicht mehr um die Wiedergabe der hier zu beurteilenden *Bildmarke*, sondern um eine Verwendungsweise handeln, welche von dieser erheblich abweicht. Damit würde eine solche Ausstattung der beanspruchten Waren - soweit die angesprochenen Verkehrskreise hierin überhaupt eine kennzeichenmäßige Verwendung sehen sollten - den kennzeichnenden Charakters der angemeldeten Bildmarke erheblich i. S. d. § 26 Abs. 3 MarkenG verändern, so dass eine solche (kennzeichenmäßige) Verwendung vom Verkehr nicht mehr als mit der zu beurteilenden Bildmarke identisch angesehen werden würde, denn bei einer solchen Verwendung erhielten die auf der zweidimensionalen Wiedergabe in Projektion erkennbaren Rundungen, die sich bei ihrer "Auflösung" in drei Dimensionen erkennbar verändern, ein hiervon deutlich abweichendes Erscheinungsbild.

b) Die erforderliche Unterscheidungskraft kann der Anmeldemarke auch nicht mit der Begründung abgesprochen werden, der Verkehr sehe in ihr auch bei einer zweidimensionalen Wiedergabe keinen Hinweis auf die Herkunft der gekennzeichneten Waren der Klasse 25 aus einem bestimmten Unternehmen. Es lässt sich nämlich weder feststellen, dass sie die beanspruchten Waren oder deren Bestandteile für den Verkehr erkennbar wiedergibt noch handelt es sich bei ihr um eine im betroffenen Bekleidungssektor übliche einfache ornamentale Gestaltung, welcher der Verkehr in der Regel keinen Herkunftshinweis entnimmt.

Allerdings ist auch bei der zweidimensionalen Wiedergabe der Marke - also in Form eines aufgedruckten oder aufgenähten *Bildes* - nicht ausgeschlossen, dass sie den angesprochenen Verkehrskreisen – dies ist vorliegend wegen der Art der beanspruchten Waren die Allgemeinheit – nicht nur in Form eines üblichen Etiketts, sondern auch als Bestandteil der beanspruchten Kleidungsstücken, Schuhen oder Kopfbedeckungen entgegentritt, indem etwa bei Sakkos oder Hemden eine aufgenähte Tasche oder bei Schuhen ein an deren Seite aufgenähtes Leder- oder Stoffteil die angemeldete Darstellung separat, d. h. ohne Anbindung an weitere oder weiterführende Streifen oder Nähte, wiedergeben. In allen diesen Fällen

hat der Verkehr aber keine Veranlassung, das angemeldete Bildzeichen als bloße bildliche (d. h. zweidimensionale) Wiedergabe eines üblichen Ziermusters oder einer üblichen Ziernaht und damit als bloße die beanspruchten Waren oder deren mögliche Bestandteile beschreibende Darstellung anzusehen. Die in der Marke erkennbare Linienführung entspricht nämlich keinem gängigen oder üblichen Nahtmuster, die in der Regel schon aus technischen Gründen, nämlich einer schnelleren Verarbeitung, eher einfach gehalten sind. Vielmehr ist sie durch die Lage der verwendeten Linien, die dadurch gekennzeichnet ist, dass sich an drei dicke äußere Linien jeweils zur Mitte hin zunächst mit sehr geringem und anschließend größerem Abstand zwei weitere dünne parallele Linien anschließen, sowie wegen der zahlreichen Rundungen in der Linienführung, die keiner erkennbaren technischen Funktion entsprechen, aufwändig und in ihrem Gesamterscheinungsbild ungewöhnlich. In ihrer Komplexität erinnert sie dabei eher an die auszugsweise Wiedergabe eines unregelmäßig geschwungenen Straßen- oder Flussverlaufs in geografischen Karten, nicht aber an ein einfaches geometrisches Muster, wie dies bei Nähten üblich ist. Damit ist es aber für den Verkehr nicht nahe gelegt, sie als die bloße bildliche Wiedergabe eines Ziermusters oder einer Ziernaht und damit als rein beschreibende Darstellung der beanspruchten Waren anzusehen.

3. Da nach alledem auch nicht erkennbar ist, dass die Anmeldemarke zugunsten von Mitbewerbern i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG freizuhalten wäre, war der ihr die Eintragung versagende Beschluss der Markenstelle auf die Beschwerde der Anmelderin aufzuheben.

gez.

Unterschriften