



BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 76/06

(Aktenzeichen)

Verkündet am
2. Mai 2007

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 304 432.8

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 2. Mai 2007 unter Mitwirkung ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Für die Eintragung in das Register ist die Wortfolge

Navigation Line

angemeldet worden für die Waren der Klasse 12 „Fahrzeuge und deren Teile“.

Die Markenstelle für Klasse 12 des Deutschen Patent- und Markenamts hat diese Anmeldung zunächst als freihaltungsbedürftig und nicht unterscheidungskräftig beanstandet und sodann mit zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, aus denselben Gründen zurückgewiesen.

Mit ihrer Beschwerde verfolgt die Anmelderin ihr Eintragungsbegehren weiter. Sie hält „Navigation Line“ im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren für unterscheidungskräftig und meint, dass die angemeldete Wortmarke nicht freihaltungsbedürftig sei. Die Anmelderin ist der Auffassung, dass die beanspruchten Waren der Klasse 12 jedenfalls keine von den „Fahrzeugen“ getrennte Navigationssysteme umfasse, weil diese nach der Nizzaer Klassifikation zu den Waren der Klasse 9 gehörten. Soweit die Marke auch für Teile von Fahrzeugen angemeldet wurde, könne der Ausdruck „Navigation“ allenfalls die eingebauten Navigationssysteme beschreiben, aber keine der anderen Bestandteile. Bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft müsse ein großzügiger Maßstab angelegt werden. Jede

noch so geringe Unterscheidungskraft reiche aus, um das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zu überwinden.

In der mündlichen Verhandlung vom 2. Mai 2007 hat der Vertreter der Anmelderin die Auffassung vertreten, die angesprochenen Verkehrskreise würden sowohl den Ausdruck „Navi“ als auch die Begriffe „Navigationsgerät“ und „Navigationssystem“ als Bezeichnung für Navigationssysteme oder Navigationsgeräte für Kraftfahrzeuge - eingebaut oder zum nachträglichen Einbauen - kennen und verwenden. Dagegen werde der Ausdruck „Navigation“ nicht mit dieser Bedeutung verbunden und weder eine Verwendung des Wortes „Navigation“ in Alleinstellung noch eine Verwendung der Wortfolge „Navigation Line“ seien im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren nachweisbar.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 12 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 20. Januar 2005 und vom 18. Juli 2006 aufzuheben.

II.

Die Beschwerde der Anmelderin ist zulässig, hat aber in der Sache keinen Erfolg, weil die angemeldete Wortfolge „Navigation Line“ im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren eine glatt beschreibende Angabe darstellt und deswegen frei-haltungsbedürftig und nicht unterscheidungskräftig ist, § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG.

Nach ständiger Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) sind alle absoluten Schutzhindernisse im Lichte des Allgemeininteresses auszulegen, das ihnen jeweils zugrunde liegt (vgl. EuGH GRUR 1999, 723, 725 (Nr. 25-27) - Chiemsee -, GRUR 2004, 674, 677 (Nr. 68) - Postkantoor). Diesen Auslegungs-

grundsatz wendet der EuGH sowohl auf die Beurteilung der Unterscheidungskraft als auch auf die des Freihaltungsbedürfnisses an (vgl. EuGH GRUR 2003, 604, 608 (Nr. 60) - Libertel und GRUR 2003, 514, 519 (Nr. 74) - Linde, Winward u. Rado). Das Allgemeininteresse im Zusammenhang mit Unterscheidungskraft und Freihaltungsbedürfnis liegt in dem Schutz vor ungerechtfertigten Rechtsmonopolen, ein Interesse, das im Fall der beschreibenden Angaben des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht erst durch tatsächlich eingetretene Behinderungen berührt wird, sondern schon durch eine bloße potentielle Beeinträchtigung (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG: „... dienen können, ...“). Ungerechtfertigte Monopole müssen im Interesse der Rechtssicherheit möglichst frühzeitig, effektiv und ökonomisch durch die dafür zuständigen Behörden und Gerichte verhindert werden. Dazu hat der EuGH ausdrücklich hervorgehoben, dass „die Prüfung anlässlich des Antrages auf Eintragung einer Marke nicht auf ein Mindestmaß beschränkt werden darf. Diese Prüfung muss streng und vollständig sein, um eine ungerechtfertigte Eintragung von Marken zu vermeiden“ (vgl. EuGH GRUR 2003, 604, 607 (Nr. 57-59) - Libertel - und GRUR 2004, 674, 680 (Rn. 23-125) - Postkantoor).

Das Wort „Navigation“ ist lateinischen Ursprungs und sowohl Bestandteil der deutschen als auch der englischen Sprache. In beiden Sprachen bedeutet es die zielgerichtete Bewegung des Menschen im geographischen Raum mit oder ohne Fahrzeug. Navigation ist die Gesamtheit der Tätigkeiten, mit denen ein Mensch den eigenen Standort bestimmt und von dort aus einen anderen, selbst bestimmten Standort zuverlässig ansteuert. Nach der Neunten Ausgabe der Nizzaer Klassifikation, gültig ab dem 1. Januar 2007, umfassen die beanspruchten „Fahrzeuge“ der Klasse 12 neben den Kraftfahrzeugen Landfahrzeuge allgemein sowie Schiffe und Flugzeuge. Schiffe und Flugzeuge sind traditionell mit einer Fülle von Geräten und Systemen ausgerüstet, mit deren Hilfe diese Fahrzeuge zu Wasser und in der Luft navigiert werden. Zu diesem Zweck werden sowohl einzelne Instrumente als auch ganze Systeme eingesetzt. Diese Navigationshilfen können rein mechanisch arbeiten oder mit Strom, Funk, Radar, Ultraschall oder Satellitenortung, mit oder ohne die Unterstützung eines Computers. Im Bereich der Personenkraftfahrzeuge

haben in den vergangenen Jahren u. a. computergestützte Navigationssysteme Verbreitung gefunden, die mit Hilfe eines Satellitenortungssystems den Fahrer mit Bildschirmanzeigen und gesprochenen Hinweisen dabei unterstützen, ein von ihm vorgegebenes Ziel anzusteuern. Für diese Systeme sind u. a. die Ausdrücke „Navigationssysteme“, „Navigationsgeräte“ oder auch ganz kurz „Navi“ gebräuchlich geworden. Daneben sind für Kraftfahrzeuge u. a. auch Einparkhilfen mit Ultraschallsensoren auf dem Markt.

Das englische Wort „line“ - zu Deutsch: Linie, Reihe - gehört zum englischen Grundwortschatz (Weis, Grund- und Aufbauwortschatz Englisch, 1977, 2005, S. 61) und wird in der deutschen Werbesprache seit langem im Sinne von „Produktlinie, Serie“ verwandt (ständige Rspr., vgl. BGH GRUR 1996, 68 - COTTON LINE - und aus jüngerer Zeit z. B. Beschluss des BPatG vom 26. April 2006 - Creative Line - bei PAVIS PROMA; für die Gemeinschaftsmarke vergleiche EuG GRUR Int. 2000, 429 - Companyline - bestätigt von EuGH GRUR 2003, 58).

Bei dieser Ausgangslage werden die angesprochenen weitesten Verkehrskreise die Wortfolge „Navigation Line“ als eine reine Sachangabe zu den beanspruchten „Fahrzeugen und deren Teilen“ verstehen in dem Sinne, dass es sich bei den „Fahrzeugen“ um eine Produktreihe handelt, die mit einem bestimmten Navigationssystem ausgerüstet ist bzw. dass es sich bei den „Teilen von Fahrzeugen“ um Bestandteile des Navigationssystems des betreffenden Fahrzeugs handelt. Die Argumentation der Anmelderin, wonach ein solches Verständnis der angemeldeten Wortfolge fernliegend sei, weil der Verkehr zwar den allgemeinen Ausdruck „Navigation“ kenne und im Zusammenhang mit Navigationssystemen für Kraftfahrzeuge an die Ausdrücke „Navigationssysteme“, „Navigationsgeräte“ oder auch „Navi“ gewöhnt sei, nicht dagegen auf die Verwendung von „Navigation“ in Alleinstellung, ist für den Senat nicht nachvollziehbar. Vielmehr steht es zur Überzeugung des Senats fest, dass sich der festgestellte beschreibende Gehalt der Wortmarke für die angesprochenen Verkehrskreise ohne analysierenden Denkprozess unmittelbar erschließt. Auszugehen ist von einem normal informierten, angemess-

sen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher (vgl. EuGH GRUR 2004, 943, 944 (Nr. 24) - SAT. 2). Für die hier in Rede stehenden Navigationseinrichtungen, ist „Navigation“ das wesentliche Stichwort. Die Verkürzung sachlich richtiger Bezeichnungen gehört zur Werbesprache und ist dem Verkehr als werbetypisch bekannt. Das belegt z. B. der gebräuchliche und allgemein verständliche Ausdruck „Navi“ für bestimmte Bordcomputer für Kraftfahrzeuge.

Als reine Sachangabe ist „Navigation Line“ freihaltungsbedürftig und nicht unterscheidungskräftig i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG.

Der Umstand, dass „Navigationseinrichtungen“ in dem Warenverzeichnis der angemeldeten Marke nicht ausdrücklich erwähnt werden und dass nach der aktuellen Nizzaer Klassifikation „Navigationsgeräte für Fahrzeuge (Bordcomputer)“ sowie „Navigationsinstrumente“ zu den Waren der Klasse 9 gehören und nicht zu den Waren der Klasse 12, steht diesen Feststellungen nicht entgegen. Denn der Begriff „Teile von Fahrzeugen“ umfasst nicht nur die von diesen Fahrzeugen getrennt gehandelten Ersatzteile und Nachrüstungselemente, sondern auch die in die Fahrzeuge eingebauten Teile. Diese festen Bestandteile der Fahrzeuge gehören zur Warengruppe 12. Sofern eine Marke auch nur für einen Teil der Waren, die unter einen beanspruchten Oberbegriff fallen, nicht schutzfähig ist, ist die Marke nach ständiger Rechtsprechung für den gesamten Oberbegriff schutzunfähig (vgl. BGH GRUR 2005, 578, 580 f - LOKMAUS - und BGH Mitt. 2004, 225, 226 - Käseform).

Aus der Eintragung anderer, möglicherweise ähnlicher deutscher Marken lässt sich kein Anspruch der Anmelderin auf Registrierung ableiten. Die deutsche Rechtsprechung geht von jeher davon aus, dass Voreintragungen - selbst identischer Marken - weder für sich noch in Verbindung mit dem Gleichheitssatz des Grundgesetzes zu einer Selbstbindung derjenigen Stellen führen, welche über die Eintragung zu befinden haben (vgl. z. B. BGH BIPMZ 1998, 248 - Today;

BPatGE 32,5 - CREATION GROSS und zuletzt BPatG MarkenR 2007, 88 ff.
- Papaya - und BIPMZ 2007, 236 ff. - Cashflow).

Denn die Entscheidung über die Schutzzfähigkeit einer Marke stellt keine Ermessens-, sondern eine Rechtsfrage dar. Im Recht der Europäischen Gemeinschaft (Markenrichtlinie, GMV) gilt im Übrigen nichts anderes, wie der Europäische Gerichtshof in den letzten Jahren mehrfach festgestellt hat (vgl. z. B. GRUR 2004, 674 - Postkantoor; GRUR 2004, 428, Nr. 63 - Henkel).

gez.

Unterschriften