



# BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 548/10

---

(Aktenzeichen)

Verkündet am  
20. März 2012

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die Markenmeldung 30 2010 029 644.5**

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 20. März 2012 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Werner sowie der Richterin Dr. Schnurr und des Richters am Oberlandesgericht Heimen

beschlossen:

Die Beschwerde des Anmelders wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Am 14. Mai 2010 hat der Anmelder die Wortmarke

### **Flatsign**

für folgende Waren und Dienstleistungen der Klassen

„(11) Beleuchtungsgeräte, insbesondere beleuchtete Leuchtkörper;

(17) Waren aus Kunststoffen, insbesondere aus Acrylglas;

(42) Dienstleistungen eines Graphikdesigners insbesondere Styling“

angemeldet.

Die Markenstelle für Klasse 11 hat zunächst die angemeldete Wort-Bild-Marke als unmittelbar beschreibende Angabe i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 2 Markengesetz (MarkenG) und als nicht unterscheidungskräftig i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG beanstandet. Mit Beschluss vom 2. September 2010 durch einen Beamten des gehobenen Dienstes hat die Markenstelle die Markenmeldung mit der Begründung zurückgewiesen, der angemeldeten Marke mangle es im Hinblick auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen an Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Das Zeichen "Flatsign" bestehe aus einer Zusammensetzung des englischen Adjektivs "flat", was "flach" heiÙe, und dem englischen Substantiv "sign". Das Wort "sign" habe nach den von der Markenstelle ermittelten Feststellungen u. a. die Bedeutung: "Ein öffentlich gezeigtes Schild oder ein Hinweis, der Informationen oder Anweisungen enthält". Beide Begriffe seien gebräuchliche und leicht übersetzbare Worte der englischen Sprache, die die relevanten Verkehrskreise, die sich aus den Allgemeinverbrauchern sowie dem Fachpublikum zusammensetzen, und die der englischen Sprache ausreichend mächtig seien, auch in dieser Bedeutung verstehen würden.

Die angemeldete Angabe „Flatsign“ sei eine sprachübliche und für den Verkehr auch nahe liegende Wortverbindung. Die Einzelbegriffe würden dabei entsprechend ihres Sinngehalts verwendet und bildeten auch in der Gesamtheit keinen neuen Begriff, der über die Bedeutung der einzelnen Bestandteile hinausgehe. Die Anmeldemarke werde damit nur als Sachinformation, nicht aber als betriebliche Herkunftsangabe aufgefasst werden.

Gegen den ihm am 8. September 2010 zugestellten Beschluss hat der Anmelder gemäß §§ 66 Abs.1, 64 Abs. 6 S. 1 MarkenG unter dem 1. Oktober 2010, eingegangen am 6. Oktober 2010, Beschwerde eingelegt.

Zur Begründung der Beschwerde führt er aus, die angemeldete Marke sei für sämtliche angemeldeten Waren und Dienstleistungen eintragungsfähig, weil es ihr nicht an der erforderlichen Unterscheidungskraft fehle.

Die Markenstelle habe zu Unrecht eine analysierende und zergliedernde Betrachtung der Marke angestellt, indem sie die Bestandteile „Flat“ und „sign“ auseinandergenommen und getrennt übersetzt und den bei zusammengesetzten Wortzeichen maßgeblichen Gesamteindruck nicht beachtet habe. Die Angabe „Flatsign“ stelle eine Phantasiebezeichnung dar und könne lexikalisch nicht nachgewiesen werden. Auch bei getrennter Betrachtung hätten die Wortbestandteile keine eindeutige Bedeutung, die zugrunde gelegte Übersetzung des Wortes „flat“ sei unzutreffend, das Wort „flat“ könne u. a. auch Wohnung oder Kulisse bedeuten.

Die Markenstelle habe zudem auf die falschen Verkehrskreise abgestellt. Angesichts der Maßgeblichkeit der inländischen Verkehrskreise sei es fehlerhaft, auf die Übersetzung des Begriffes abzustellen, vielmehr würden die von seinen Waren und Dienstleistungen angesprochenen Verkehrskreise, insbesondere Inhaber von Restaurants, Büros und Versicherungsagenturen den Sinngehalt nicht verstehen und das Wort für einen Phantasiebegriff halten. Der angesprochene Verkehr werde stattdessen den Wortbestandteil „-sign“ als Teil des Wortes Design erkennen und damit verbinden, dass es sich bei den angebotenen Waren und Dienstleistungen um solche handele, die auf einer bestimmten grafischen Leistung beruhten. Niemand werde dagegen dabei an ein Hinweisschild denken. In der Phantasiebezeichnung „Flatsign“ liege demnach eine betriebliche Herkunftsbezeichnung, die darin bestehe, dass ein bestimmter schöpferischer Grad an der Schaffung des Produktes in Form eines Designs gegeben sei. Diese Angabe sei auch nicht warenbeschreibend, da Design ein Allgemeinbegriff sei.

Der Anmelder beantragt,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 11 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 2. September 2010 aufzuheben.

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

## II.

Die gemäß §§ 66 Abs.1, 64 Abs. 6 S. 1 MarkenG statthafte und auch im Übrigen zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg.

Der angemeldeten Marke stehen hinsichtlich der begehrten Waren die Eintragungshindernisse gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG entgegen. Die Markenstelle hat die Anmeldung daher zu Recht nach § 37 Abs. 1 MarkenG zurückgewiesen.

Nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG sind Zeichen von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder sonstiger Merkmale der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen dienen können.

Bei der Auslegung der absoluten Eintragungshindernisse ist nach der Rechtsprechung des EuGH zu Art. 3 Abs. 1 der MarkenRL (Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates der Europäischen Union 2008/95/EG) das Allgemeininteresse, welches der Regelung zugrunde liegt, zu berücksichtigen (EuGH GRUR 2008, 608 (Nr. 66) - EUROHYPO m. w. N.). Die auf Art. 3 Abs. 1 Buchstabe c der MarkenRL zurückzuführende Bestimmung des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG verfolgt das im Allgemeininteresse liegende Ziel, sämtliche Zeichen oder Angaben, die geeignet sind, Merkmale der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen zu beschreiben, frei zu halten (EuGH GRUR 2008, 503 (Nr. 22, 23) - ADIDAS II). Es gibt nämlich - insbesondere im Hinblick auf die Notwendigkeit eines unverfälschten Wettbewerbs - Erwägungen des Allgemeininteresses, die es ratsam erscheinen lassen, dass bestimmte Zeichen von allen Wettbewerbern frei verwendet werden können. Solche Zeichen oder Angaben dürfen deshalb nicht aufgrund einer Eintragung nur für ein Unternehmen monopolisiert werden (vgl. EuGH GRUR 1999, 723 (Nr. 25) - Chiemsee; EuGH GRUR 2004, 146 (Nr. 31) - DOUBLEMINT; GRUR 2004, 674 (Nr. 54, 56) - Postkantoor; GRUR 2004, 680 (Nr. 35 - 36) - BIOMILD; vgl. auch Ströbele in Ströbele/Hacker, MarkenG, 10. Aufl., § 8 Rd. 265 m. w. N.).

Bei der Prüfung dieser Eintragungshindernisse ist auf die Wahrnehmung des angesprochenen Verkehrs abzustellen. Dieser umfasst alle Kreise, in denen die frag-

liche Marke aufgrund der beanspruchten Waren und Dienstleistungen Verwendung finden oder Auswirkungen haben kann (vgl. EuGH GRUR 2004, 428 (Nr. 65) - Henkel). Auszugehen ist dabei vom normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher im Bereich dieser Waren und Dienstleistungen (EuGH GRUR 2006, 411 (Nr. 24) - Matratzen Concord/Hukla; GRUR 1999, 723 (Nr. 29) - Chiemsee; Ströbele in Ströbele/Hacker, MarkenG, 10. Aufl., § 8 Rd. 30 ff.). Hier richten sich sämtliche Waren und Dienstleistungen sowohl an Fachverkehrskreise als auch an den allgemeinen Endverbraucher.

Die Zurückweisung einer Anmeldung gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG setzt nicht voraus, dass das fragliche Zeichen zum Zeitpunkt der Anmeldung bereits tatsächlich für die in der Anmeldung aufgeführten Waren oder Dienstleistungen oder für ihre Merkmale beschreibend verwendet wird; es genügt, dass das Zeichen für eine solche Beschreibung geeignet ist und der Verkehr die beschreibende Bedeutung ohne weiteres erfassen kann. Es spielt darüber hinaus keine Rolle, ob Konkurrenten ein Interesse an der Verwendung des fraglichen Zeichens haben könnten oder ob andere Zeichen, die gebräuchlicher als das angemeldete sind, zur Bezeichnung derselben Merkmale der im Eintragungsantrag genannten Waren oder Dienstleistungen existieren. Es wird auch nicht vorausgesetzt, dass das fragliche Zeichen der üblichen Art und Weise der bereits bekannten Bezeichnungen entspricht (EuGH GRUR 1999, 723 (Nr. 29) - Chiemsee).

Dass eine Angabe neuartig, ungewohnt oder fremdsprachig ist, schließt ihre Eignung, zur Beschreibung dienen zu können, ebenfalls nicht aus. Das gilt um so mehr, als der Verkehr daran gewöhnt ist, im Geschäftsleben ständig mit neuen Begriffen und Abbildungen konfrontiert zu werden, durch die ihm sachbezogene Informationen lediglich in einprägsamer Form übermittelt werden sollen. Ebenso ist bekannt, dass sich solche Kreationen häufig nicht an grammatikalischen Regeln oder korrektem Sprachstil orientieren. Demnach können auch bisher noch nicht verwendete oder grammatikalisch fehlerhafte, aber gleichwohl verständliche Sachaussagen durchaus als solche vom Verkehr erkannt werden und sind damit

zur Beschreibung geeignet (vgl. Ströbele a. a. O.; Fezer, Markenrecht § 8, Rn. 379).

Gemessen an diesen Voraussetzungen ist die Anmeldemarke geeignet, als verständliche Beschaffenheitsangabe im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG Verwendung zu finden, die im Verkehr zur Beschreibung der Beschaffenheit einer Ware oder Dienstleistung verwendet wird oder werden kann.

Die angemeldete Wortmarke setzt sich erkennbar zusammen aus den beiden englischen Wörtern „flat“ und „sign“. „Flat“, zu Deutsch „flach; geschmacklos; (Miet-)Wohnung; Reifenpanne“, und „sign“, zu Deutsch „Zeichen; Schild; unterschreiben“ gehören in den genannten Bedeutungen zum englischen Grundwortschatz (s. Grund- und Aufbauwortschatz Englisch, bearbeitet von Erich Weis, Ernst Klett Verlag, Stuttgart, Düsseldorf, Leipzig, 2005) und können insoweit in Deutschland als allgemeinverständlich vorausgesetzt werden. Bezogen auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen wird das Wort „Flatsign“ ohne weitere Analyse als anglisierter Ausdruck für den Begriff „flaches Zeichen; flaches Schild“ verstanden werden. Dass die beiden Wörter nicht, wie nach den englischen (und den deutschen) Sprachregeln üblich, getrennt geschrieben sind, ist unerheblich, weil die Zusammenschreibung eine gängige und werbeübliche Form der leichten Verfremdung ist und jedenfalls in diesem konkreten Fall die Verständlichkeit nicht beeinträchtigt.

Dass der Begriff auch andere, im vorliegenden Fall nicht beschreibende Übersetzungen ermöglicht, ist für die Eignung zur beschreibenden Verwendung unerheblich, solange diese nicht beschreibende Bedeutung nicht deutlich im Vordergrund steht. Die angemeldete Wortkombination, die übersetzt „flaches Schild“ bedeutet, ist eine ohne Weiteres verständliche Angabe, die „Beleuchtungsgeräte, insbesondere beleuchtete Leuchtkörper“ und Waren aus Kunststoff, insbesondere aus Acrylglas“ beschreibt, nämlich deren äußere Gestalt und deren Verwendungszweck.

Auch die beanspruchten Dienste der Klasse 42 „Dienstleistungen eines Graphikdesigners, insbesondere Styling“ werden von dem Wort „Flatsign“ derart beschrieben, dass es um die Entwürfe eines (besonders) raumsparenden Beschilderungssystems mit flachen Schildern geht. Es mag sein, dass der Anmelder seine Marke von dem Begriff „De-sign“ ableiten wollte. Aber das kann der Verkehr nicht erkennen, weil sich das Wort „Flatsign“ eindeutig aus den beiden englischen Wörtern „flat“ und „sign“ zusammensetzt und diese Wortfolge - auch bei Zusammenschreibung - in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen „flaches Schild“, „flaches Zeichen“ bedeutet.

Für diese Prognosen zur voraussichtlichen Auffassung des Verkehrs von der begrifflichen Bedeutung von „Flatsign“ spricht weiter der Umstand, dass die Wörter „Flat Sign“ und „Flatsign“ von Mitbewerbern des Anmelders bereits beschreibend für flache Sicherheitsbeleuchtungen, bzw. für dünne Schilder in Gestalt von dünnen Acryl-Buchstaben verwandt werden (s. die Anlagen zum Sitzungsprotokoll, Bl. 29, 31 der Gerichtsakten). Auch die Anmelderin scheint einen Zusammenhang zwischen dem Markenwort „Flatsign“ und dünnen Leuchtbuchstaben zu sehen; denn auf der Homepage ihrer Website heißt es in einer Zeile direkt unter ihrer Marke „...die wahrscheinlich dünnsten Leuchtbuchstaben der Welt“ (s. Anlagen zum Sitzungsprotokoll, Bl. 28 der Gerichtsakten).

Entgegen der Auffassung des Anmelders entfällt der beschreibende Charakter von „Flatsign“ nicht deshalb, weil es um die Kombination zweier Worte handelt. Auch nach der Rechtsprechung des EuGH (vgl. EuGH GRUR 2004, 674, 678 (Nr. 98 - 100) - Postkantoor; GRUR 2004, 680, 681 (Nr. 39-41) - BIOMILD; GRUR 2006, 229, 231 (Nr. 34-37) - BioID; MarkenR 2007, 204, 209 (Nr. 77, 78) - CELLTECH; GRUR 2008, 608 (Nr. 45, 69) – EUROHYPO) muss berücksichtigt werden, dass eine ausschließlich aus beschreibenden Begriffen bestehende Wortneubildung im allgemeinen ebenfalls als beschreibend angesehen werden kann, sofern kein merklicher Unterschied zwischen der Neubildung und der bloßen Summe der Bestandteile besteht. So verhält es sich hier. Die Kombination aus



Adjektiv „flat“ bzw. „flach“ und Substantiv „sign“ bzw. „Schild“ ist sprachüblich gebildet und bezeichnet eine Variante der beanspruchten Waren bzw. ein Variante von dem, worauf die beanspruchten Dienstleistungen gerichtet sein können, nämlich flache Schilder, beleuchtet oder unbeleuchtet aus Kunststoff.

Nach alledem ist die Beschwerde zurückzuweisen.

Werner

Dr. Schnurr

Heimen

Bb