



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 517/12

(Aktenzeichen)

An Verkündungs Statt
zugestellt am
29. Mai 2013

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2010 068 491.7

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 19. März 2013 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, den Richter Kruppa und die Richterin Hartlieb

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung der Wortmarke

GLÜCKSBRINGER

mit Beschluss vom 8. Dezember 2011 für die Waren

„Leder- und Lederimitationen sowie Waren daraus, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Häute und Felle; Reise- und Handkoffer; Regenschirme, Sonnenschirme und Spazierstöcke, Peitschen, Pferdegeschirre und Sattlerwaren; Geräte und Behälter für Haushalt und Küche; Kämmen und Schwämme; Glaswaren, Porzellan und Steingut, soweit nicht in anderen Klassen enthalten; Webstoffe und Textilwaren, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Bett- und Tischdecken; Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen“

wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Das ist damit begründet, bei dem Begriff „GLÜCKSBRINGER“ handele es sich um die allgemein bekannte Bezeichnung für etwas, was Glück bringen solle bzw. für eine männliche Person, die anderen Glück bringe (vgl. Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 2006, S. 705). Diese Definition stelle weder auf Aberglaube ab noch beinhalte sie, dass

lediglich ganz bestimmte Gegenstände geeignet seien, als Glücksbringer zu dienen. Es möge richtig sein, dass insbesondere vierblättrige Kleeblätter, Glückspfennige, Marienkäfer, Fliegenpilze, Hasenpfoten, Hufeisen, Glücksschweine, Misteln und Schornsteinfeger in Deutschland als Glücksbringer gelten und insbesondere abergläubige Menschen an die übernatürliche Wirksamkeit bestimmter Dinge wie Glücksbringer glaubten. Es gebe jedoch neben den bekannten Glückssymbolen faktisch keinen Gegenstand und auch keine Person, die sich nicht als Glücksbringer eigne oder nicht in diesem Sinne deklariert werden könnte. Ungeachtet der allgemein bekannten Glückssymbole spiele insbesondere auch die subjektive Erfahrung und die persönliche Sichtweise jedes Einzelnen eine gewichtige Rolle, wenn es darum gehe, etwas oder jemanden als Glücksbringer anzusehen oder zu bezeichnen. Auch wenn die konkreten Vorstellungen über Glück und einen Glücksbringer sehr unterschiedlich sein könnten, so werde vorliegend auf völlig werbeübliche Art eine (wenn auch lediglich behauptete) relevante Produkteigenschaft hervorgehoben. So sei der Begriff „GLÜCKSBRINGER“ insbesondere geeignet, die Art, Beschaffenheit bzw. auch die Zweckbestimmung der in Frage stehenden Waren zu beschreiben. Es könne sich bei diesen Waren um Erzeugnisse handeln, die direkt als Glücksbringer angesehen würden, unmittelbar als Glücksbringer dienen könnten oder um Waren, die für die Herstellung von Glücksbringern bestimmt seien. Die Waren könnten jedoch auch mit entsprechend bekannten Motiven von Glücksbringern ausgestattet sein.

Entsprechend werde das Publikum der angemeldeten Marke aufgrund des sich ohne weiteres erschließenden Sinngehalts auch keinen individualisierenden markenmäßigen Hinweis auf eine ganz bestimmte Firma, die entsprechende Waren anbiete, herstelle oder vertreibe, entnehmen, sondern in der Bezeichnung eine warenbezogene Werbeaussage erkennen, zumal die Verständnisfähigkeit des aufmerksamen und verständigen Publikums beim Erkennen einer werblichen Aussage als solcher als nicht zu gering veranschlagt werden dürfe.

Dem Beschluss beigelegt sind diverse Internetausdrucke, die eine Verwendung des Wortes „GLÜCKSBRINGER“ im Zusammenhang mit unterschiedlichen Waren (u. a. Lederwaren, Glaswaren, Porzellan, Textilwaren oder Bekleidungsstücke) durch Dritte belegen.

Somit stehe die sachbezogene Aussage, welche lediglich eine Werbefunktion sowie aber auch eine sachbeschreibende Funktion ausübe, im Vordergrund des Verständnisses.

Auf die Eintragung von Drittzeichen könne sich die Anmelderin nicht erfolgreich berufen.

Der Beschluss ist der Anmelderin am 13. Dezember 2011 zugestellt worden.

Gegen diesen Beschluss wendet sich die Anmelderin mit ihrer Beschwerde vom 12. Januar 2012, eingegangen beim Deutschen Patent- und Markenamt am gleichen Tag per Fax.

Unter Bezugnahme auf ihr Vorbringen im Amtsverfahren vertritt die Anmelderin weiterhin die Auffassung, die angemeldete Marke sei unterscheidungskräftig. Bei den angemeldeten Waren handele es sich nicht um Gegenstände, denen nach den Vorstellungen des Publikums in Deutschland glückbringende Kräfte nachgesagt würden. Das Markenwort „GLÜCKSBRINGER“ stelle daher keinen engen sachlichen Bezug zu den angemeldeten Waren her.

Es seien auch keine Anhaltspunkte dafür ersichtlich, dass die beanspruchten Waren in einem engen sachlichen Zusammenhang mit solchen Gegenständen stünden, die nach der Verkehrsauffassung als „GLÜCKSBRINGER“ oder „Glückssymbole“, wie z. B. das vierblättrige Kleeblatt, der Marienkäfer, der Schornsteinfeger usw. betrachtet würden.

Das angesprochene Publikum messe den angemeldeten Waren nicht die Funktion eines „GLÜCKSBRINGERS“ bei. Die beanspruchten Waren könnten vom Verbraucher allenfalls nach deren Erwerb aufgrund einer persönlichen positiven Erfahrung im Zusammenhang mit diesen Waren als „GLÜCKSBRINGER“ betrachtet werden, vorausgesetzt, der Verbraucher sei für einen derartigen Aberglauben empfänglich. Der Verbraucher, der diesem Aberglauben nicht folge, verbinde mit der angemeldeten Wortmarke „GLÜCKSBRINGER“ und den hierfür beanspruchten Waren keinerlei Assoziationen im Hinblick auf deren „glückbringende“ Wirkung. Die angesprochenen Verkehrskreise würden daher die angemeldete Wortmarke „GLÜCKSBRINGER“ als phantasievolle Übertreibung auffassen und als schlagwortartige Aussage verstehen, die ihre Aufmerksamkeit wecken, auf die so gekennzeichneten Waren lenken und sie von anderen Waren unterscheiden solle.

Für die Eintragbarkeit des Wortes „GLÜCKSBRINGER“ sei es nicht von Bedeutung, dass dieser Begriff gelegentlich in der Werbung und als Dekor eingesetzt werde.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 8. Dezember 2011 aufzuheben und die Eintragung der Wortmarke 302 010 068 491.7 zu beschließen.

In der mündlichen Verhandlung hat die Anmelderin ihren Standpunkt aufrechterhalten und vertieft.

II.

Die zulässige Beschwerde hat keinen Erfolg, weil einer Eintragung des angemeldeten Zeichens das Schutzhindernis eines Freihaltungsbedürfnisses gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegensteht.

Diese Vorschrift verbietet es, Zeichen als Marke einzutragen, die ausschließlich aus Teilen bestehen, welche zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale der beanspruchten Waren und Dienstleistungen dienen können, unabhängig davon, ob und inwieweit sie bereits bekannt sind oder verwendet werden (vgl. Ströbele, FS für Uhlmann, S. 425, 428). Der Ausschluss solcher zur Beschreibung geeigneter Zeichen oder Angaben dient dazu, dass sie jedermann frei verwenden kann. Es ist daher nicht erlaubt, solche Zeichen oder Angaben durch ihre Eintragung als Marke einem einzigen Unternehmen vorzubehalten (vgl. EuGH GRUR 1999, 723, Rn. 25 - Windsurfing Chiemsee; GRUR Int. 2003, 632, Rn. 73 - Linde).

Das hier angesprochene allgemeine Publikum wird das gebräuchliche Wort der deutschen Sprache „GLÜCKSBRINGER“ (= etwas, was Glück bringen soll; vgl. Duden - Deutsches Universalwörterbuch, 6. Aufl., Mannheim 2006) in Bezug auf die beanspruchten Waren entweder als beschreibende Sachaussage oder als allgemeine Werbeaussage verstehen.

Waren aller Art können - etwa in der Werbung - als Glücksbringer bezeichnet werden. Gerade bei den hier beanspruchten Waren „Lederwaren, Glaswaren, Porzellan, Textilwaren oder Bekleidungsstücke“ liegt eine derart anpreisende Verwendung nahe. Dies belegen auch die von der Markenstelle ermittelten Internetausdrucke, denen eine Verwendung der angemeldeten Bezeichnung im Zusammenhang mit den hier beanspruchten Waren durch Dritte zu entnehmen ist.

Die Entscheidung des Senats entspricht einer früheren Entscheidung des Bundespatentgerichts in dem Verfahren 28 W (pat) 152/08, in der das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG für die englischsprachige Wortfolge LUCKY CHARMS (= Glücksbringer, Talisman) in Bezug auf weitgehend identische Waren bejaht wurde.

Ob die Bezeichnung „GLÜCKSBRINGER“ auch jeglicher Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) entbehrt, bedarf im Hinblick auf das der Eintragung des angemeldeten Zeichens entgegenstehende Freihaltungsbedürfnis keiner Prüfung mehr.

Zu einer Erstattung der Beschwerdegebühr (§ 71 Abs. 3 MarkenG) besteht kein Anlass.

Die von der Anmelderin hilfsweise angeregte Rechtsbeschwerde war nicht zuzulassen. Der Senat hat nicht über eine Rechtsfrage von grundsätzlicher Bedeutung, sondern auf der Grundlage der einschlägigen Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs und des Bundesgerichtshofs über einen Einzelfall entschieden. Die Zulassung der Rechtsbeschwerde ist auch nicht zur Rechtsfortbildung oder zur Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung erforderlich, weil diese Entscheidung nicht von denen anderer Senate des Bundespatentgerichts oder anderer nationaler Gerichte abweicht. Es handelt sich um eine Einzelfallentscheidung, die der Senat anhand der tatsächlichen Gegebenheiten getroffen hat.

Dr. Albrecht

Kruppa

Hartlieb

Hu