

BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 118/00

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 398 49 207.7

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 28. Juni 2000 unter Mitwirkung des Richters Dr. Fuchs-Wisseemann als Vorsitzendem sowie der Richterin Klante und des Richters Sekretaruk

beschlossen:

1. Auf die Beschwerde des Anmelders werden die Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamts - Markenstelle für Klasse 11 - vom 2. August 1999 und vom 1. Fe-

bruar 2000 aufgehoben, soweit die Anmeldung wegen der Waren "Küchenmöbel, Herde, Kochplatten, Kühlschränke, Spülbecken, Geschirrspüler, Dunstabzüge" zurückgewiesen wurde.

2. Im übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

Gründe

I.

Angemeldet zur Eintragung in das Markenregister ist

PartnerBad

für die Waren

"Bademöbel, insbesondere Spiegelschränke, Waschtische, Duschabtrennungen; Armaturen, Whirpools, Badewannen, Duschwannen, Sanitärbecken, insbesondere Waschbecken, Bidet- und WC-Becken, Duschdampfbäder; Badheizkörper; Küchenmöbel, Herde, Kochplatten, Kühlschränke, Spülbecken, Geschirrspüler, Dunstabzüge".

Die Markenstelle für Klasse 11 hat die Anmeldung in zwei Beschlüssen, wovon einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie angeführt, daß das angemeldete Zeichen ausschließlich aus einer warenbeschreibenden, Freihaltungsbedürftigen Angabe bestehe. Es werde damit lediglich ausgedrückt, daß der Verkäufer der gekennzeichneten Ware dem Kunden gegenüber auch Vertrauensperson sein will. Darüber hinaus fehle der angemeldeten

Marke auch jegliche Unterscheidungskraft. Der Verkehr werde bei "PartnerBad" lediglich den Sachhinweis auf einen "Partner in Fragen rund ums Bad" verstehen und keinen Unternehmenshinweis vermuten.

Gegen diese Beschlüsse richtet sich die Beschwerde des Anmelders. Er hält die angemeldete Wortmarke für eine eigentümliche und phantasievolle Wortschöpfung, die aus zwei, nicht in einer sinnvollen gedanklichen Beziehung stehenden Worten, gebildet sei. Dabei bezeichne "Partner" jemanden, mit dem man eng verbunden sei, und "Bad" sei mehrdeutig. Ein Sinngelalt könne der Kombination aus beiden Begriffen nicht entnommen werden. Somit könne dem angemeldeten Zeichen kein im Vordergrund stehender Begriffsinhalt zugeordnet werden, weshalb das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft nicht angenommen werden könne. Die Tatsache, daß ein Konkurrent den Begriff nach dem Anmeldezeitpunkt ebenfalls benütze, könne dem Anmelde nicht entgegengehalten werden, so daß die vom Deutschen Patent- und Markenamt angenommenen Zurückweisungsgründe in Wirklichkeit nicht beständen.

Hilfsweise regt der Anmelde die Zulassung der Rechtsbeschwerde an.

II.

Die zulässige Beschwerde ist zum Teil begründet. Der begehrten Eintragung der Wortmarke für die Waren "Küchenmöbel, Herde, Kochplatten, Kühlschränke, Spülbecken, Geschirrspüler, Dunstabzüge" steht weder das Eintragungshindernis des Freihaltebedürfnisses (§ 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG) noch das der fehlenden Unterscheidungskraft (§ 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG) entgegen.

Die angemeldete Wortmarke ist nicht freihaltungsbedürftig für "Küchenmöbel, Herde, Kochplatten, Kühlschränke, Spülbecken, Geschirrspüler, Dunstabzüge". Für diese Waren trifft "PartnerBad" keinerlei unmittelbar beschreibende Aussage, da es sich bei vorbezeichneten Waren gerade nicht um solche handelt, die bei der Einrichtung von Bädern eine Rolle spielen.

Dem angemeldeten Zeichen fehlt auch für die vorbezeichneten Waren nicht jegliche Unterscheidungskraft. Nach ständiger Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs ist die Unterscheidungskraft im Sinne der Vorschrift des § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG die einer Marke innewohnende Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden. Dabei nimmt der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in der Regel so auf wie es ihm entgegentritt und unterzieht es keiner analysierenden Betrachtungsweise. Bei der Beurteilung ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, d. h. jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden (vgl Begründung zum Regierungsentwurf, BT-Drucksache XII/6581, S 70 = BIPMZ 1994, Sonderheft, S 64). Kann einer Wortmarke demnach kein für die in Frage stehenden Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so gibt es keinen tatsächlichen Anhalt dafür, daß die vorerwähnte Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (BGH GRUR 1995, 408 - PROTECH; BGH MarkenR 1999, 349 - YES, BGH BIPMZ 2000, 190 - St. Pauli Girl). Diese (konkrete) Unterscheidungseignung kann der angemeldeten Wortfolge für "Küchenmöbel, Herde, Kochplatten, Kühlschränke, Spülbecken, Geschirrspüler, Dunstabzüge" nicht abgesprochen werden.

Eine warenbeschreibende Sachangabe, die auf bestimmte Eigenschaften der Waren selbst Bezug nimmt, kann nicht festgestellt werden. "PartnerBad" hat vielmehr keinen unmittelbaren Sachbezug zu den eingangs genannten Waren, da diese ausschließlich Gegenstände zur Ausstattung von Küchen darstellen.

Dagegen handelt es sich entgegen der Auffassung des Anmelders bei "PartnerBad" im Hinblick auf die beanspruchten Waren "Bademöbel, insbesondere Spiegelschränke, Waschtische, Duschtrennungen; Armaturen, Whirlpools, Badewannen, Duschwannen, Sanitärbecken, insbesondere Waschbecken, Bidet- und WC-Becken, Duschdampfbäder; Badheizkörper" um eine im Vordergrund stehende Sachaussage, die freihaltebedürftig und nicht unterscheidungskräftig ist. Insoweit wird der angesprochene Verkehr, wenn er mit vorstehenden Waren, die mit "PartnerBad" gekennzeichnet sind, konfrontiert wird, zwanglos vermuten, daß diese Waren ganz allgemein von einem "Partner in Badfragen" stammen, und keine Zuordnung zu einem bestimmten Unternehmen vornehmen. Insoweit ist dem Senat aus der Werbung bekannt, daß mit dem Hinweis auf "Partner" die besondere Eignung des Anbieters als Vertragspartner herausgestellt wird.

Die Voraussetzungen für die angeregte Zulassung der Rechtsbeschwerde sind nicht gegeben. Weder ist eine Rechtsfrage von grundsätzlicher Bedeutung zu entscheiden noch erfordert die Fortbildung des Rechts oder die Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung eine Entscheidung des Bundesgerichtshofs (§ 83 Abs 2 MarkenG). Vielmehr liegen die entscheidungserheblichen Fragen auf tatrichterlichem Gebiet, insbesondere bei der Feststellung der im Vordergrund stehenden Sachaussage des Markennwortes, so daß die Zulassung der Rechtsbeschwerde nicht möglich ist.

Dr. Fuchs-Wisseemann

Klante

Sekretaruk

Ko