

BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 21/99

(Aktenzeichen)

Verkündet am
22. März 2000

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die international registrierte Marke 628 539

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 22. März 2000 durch den Vorsitzenden Richter Meinhardt, die Richterin Friehe-Wich und den Richter Guth

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die M... AG in V... (L...) begehrt
Schutz für die Bundesrepublik Deutschland für ihre IR-Marke Nr. 628 539

"Pico Bello",

die für die Waren und Dienstleistungen

Préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver; préparations pour nettoyer, polir, dégraisser et abraser; savons; parfumerie, huiles essentielles, cosmétiques, lotions pour les cheveux; dentifrices.

Papier, carton et produits en ces matières, non compris dans d'autres classes; produits de l'imprimerie; articles pour reliures; photographies; papeterie; adhésifs (matières colantes) pour la papeterie ou le ménage; matériel pour les artistes; pinceaux; machines à écrire et articles de bureau (à l'exception des meubles); matériel d'instruction ou d'enseignement (à l'exception des appareils); matières plastiques pour l'emballage (non comprises dans d'autres classes); cartes à jouer caractères d'imprimerie; clichés.

Publicité; gestion des affaires commerciales; administration commerciale; travaux de bureau.

Assurances; affaires financières; affaires monétaires; affaires immobilières.

Construction; réparation; services d'installation.

Destruction d'ordures; mise à jour de logiciels; architecture; gestion de lieux d'expositions; services de bar; conseils en construction; consultation en matière de sécurité; conseils en propriété intellectuelle; consultation professionnelle (sans rapport avec la conduite des affaires); consultation en matière d'ordinateur; orientation professionnelle; reportages photographiques; approvisionnement; location de temps d'accès à un centre serveur de bases de données; programmation pour ordinateurs; location d'ordinateurs; élaboration (conception) de logiciels; dessin industriel; services de dessinateurs de mode; services de dessinateurs pour emballages; imprimerie; impression lithographique; authentification d'œuvres d'art; étalonnage (mesurage); déblayage de combles; recherche et développement de nouveaux produits (pour le compte de tiers); maisons de vacances; composition florale; jardinage; horticulture; services de jardiniers paysagistes; location de logements temporaires; concession de licences de propriété intellectuelle; services de dessinateurs d'arts graphiques; réservation d'hôtels; services hôteliers; décoration intérieure; cantines, services d'échanges de correspondance; essai de matériaux; recherches légales; agences de surveillance nocturne; ouverture de serrures; impression en offset; exploitation de brevets; photographie; photocomposition; établissement de plans pour la construction; étude de projets techniques; programmation pour ordinateurs; services de contentieux; contrôle de qualité; entretien de pelouses; bureaux de rédaction; restaurants à service rapide et permanent (snack-bars); prospection géologique; protection civile; restaurants libre-service; accompagnement (escorte); stylisme (esthétique industrielle); bains turcs; services de traduction; gérance de droits d'auteur; location de logiciels informatiques; location de matériel pour exploitations agricoles; location de distributeurs automatiques; restauration (repas); enregistrement (filmage) sur bandes vidéo."

international registriert worden ist.

Die Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patentamts hat der Marke wegen des Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft den Schutz für die Bundesrepublik Deutschland verweigert. Bei der Schutz suchenden Wortmarke handele es sich um eine allgemeine werbeübliche Anpreisung, die lediglich auf die hohe Qualität der Waren und Dienstleistungen hinweise. Der Begriff "picobello" bedeute so viel wie "sehr fein, sehr sauber, tadellos gut" und sei in dieser Bedeutung Bestandteil der deutschen Sprache geworden. Zwar sei die Schreibweise des Begriffs in zwei Wörtern mit jeweils einem Großbuchstaben am Wortanfang lexikalisch nicht nachweisbar, der Verkehr werde der Schreibweise aber keinen betriebskennzeichnenden Gehalt beimessen, zumal auch in Lexika unterschiedliche Schreibweisen dieses Begriffs vorkämen.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Markeninhaberin. Da ein Freihaltungsbedürfnis für die wegen ihrer Schreibweise mehrdeutigen Marke nicht nachweisbar sei, seien an die Unterscheidungskraft geringe Anforderungen zu stellen. Das Wort "picobello" werde vornehmlich zur näheren Bestimmung der Worte "sauber" und "angezogen" verwendet. Die dadurch hervorgerufenen Vorstellungen im Sinne von "ausgezeichnete Sauberkeit" bzw. "ausgezeichnete Kleiderwahl" seien für die Eigenschaften der beanspruchten Waren und Dienstleistungen aber nicht unmittelbar beschreibend oder bedeutsam, so daß der IR-Marke nicht jegliche Unterscheidungskraft abgesprochen werden könne.

Die Anmelderin beantragt,

den angefochtenen Beschluß aufzuheben.

Der Senat hat zur Bedeutung und Verwendung des Begriffs "picobello" Recherchen u.a. im Internet angestellt, deren Ergebnis mit der Markeninhaberin in der mündlichen Verhandlung erörtert wurde. Wegen weiterer Einzelheiten wird auf die Beschwerdebegründung und die Akte IR 628 539 Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde der Anmelderin ist zulässig. In der Sache hat sie jedoch keinen Erfolg. Der international registrierten Marke muß der Schutz verweigert werden, weil für nahezu alle beanspruchten Waren und Dienstleistungen ein Freihaltungsbedürfnis besteht und der Marke jedenfalls für sämtliche Waren und Dienstleistungen die erforderliche Unterscheidungskraft fehlt (§§ 113, 37 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nr. 2 und Nr. 1 MarkenG i.V.m. Art. 5 Abs. 1 Satz 2 MMA, Art. 6 ^{quinquies} B Nr. 2 PVÜ).

1. Wie die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat, ist der Begriff "picobello", der aus den niederdeutschen "pük" (→ piekfein) und dem italienischen "bello" (schön) gebildet wurde, in der deutschen Umgangssprache gebräuchlich und bedeutet so viel wie "tadellos, ausgezeichnet, sehr fein, vorzüglich" (vgl. Wahrig, Deutsches Wörterbuch, Bertelsmann, Duden, Das große Wörterbuch der deutschen Sprache, 2. Aufl.; Bertelsmann, Die neue deutsche Rechtschreibung), wobei die Schreibweise variiert ("pikobello, picobello", auf verschiedenen Websites u. a. auch "pico bello" oder "pico-bello"). Eine Verwendung in Verbindung mit Kleidung oder Sauberkeit ist zwar nachweisbar, die Definitionen des Begriffs "picobello" in Lexika lassen jedoch nicht auf eine Einschränkung der Verwendung auf die Bereiche der Kleidung und Sauberkeit schließen. Der Begriff wird vielmehr in den o.g. Bedeutungen auch in anderem Zusammenhang verwendet. So ergab eine Internetrecherche, neben verschiedenen Verwendungen in Verbindung mit Kleidung und Sauberkeit etwa im "wortschatz lexikon" des Projekts Deutscher Wortschatz der Universität Leipzig Anwendungsbeispiele wie "das picobello angelegte Pflaster" oder "... Hausbesitzer aus den Werkssiedlungen, die ihren Besitz picobello halten". In Duden, Das große Wörterbuch der deutschen Sprache, 2. Aufl. findet sich der Ausdruck "ein

picobello Wein". Auch auf einer Website betreffend Früchte und Blumen wird "pico bello" schlagwortartig verwendet, auf einer anderen Website wird von einem "picobello Kuhklo" gesprochen.

Dieser Begriff eignet sich deshalb für praktisch alle Bereiche von Waren und Dienstleistungen als schlagwortartiger Hinweis auf eine hohe Qualität. Die angemeldete Marke nimmt damit auf eine konkrete vorteilhafte Eigenschaft der Waren und Dienstleistungen der IR-Marke Bezug (vgl. BGH WRP 1999, 1169, 1171 "FOR YOU") und beschreibt die Eigenschaften zumindest eines Großteils dieser Waren und Dienstleistungen unmittelbar. Sofern dieser Begriff für einzelne Waren und Dienstleistungen doch noch nicht ganz üblich sein sollte, kommt er einer unmittelbar beschreibenden Angabe, für die ein Freihaltungsbedürfnis besteht, jedenfalls sehr nahe. Wie oben festgestellt wurde, handelt es sich bei der angemeldeten Marke um einen Begriff des allgemeinen Sprachgebrauchs, der häufig als schlagwortartig herausgestellte Eigenschaftsangabe mit einem deutlich anpreisenden Charakter verwendet wird. Der Verkehr wird dieses Wort, das einen deutlichen, starken Sachbezug zu allen beanspruchten Waren und Dienstleistungen aufweist, wegen dieses im Vordergrund stehenden sachbezogenen Begriffsinhalts nicht nur für die Waren und Dienstleistungen, die es unmittelbar beschreibt, sondern für sämtliche beanspruchten Waren und Dienstleistungen nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel auffassen, also nicht als Hinweis auf einen bestimmten Geschäftsbetrieb (vgl. BGH WRP 1999, 1169, 1171 "FOR YOU"; WRP 1999, 1167, 1168 "YES").

2. Die Schreibweise der Marke kann den Schutz nicht begründen. Wie bereits oben näher ausgeführt, ist der angemeldeten Begriff in verschiedenen Schreibweisen, wenn auch nicht in der konkret angemeldeten, nachweisbar. Der Verkehr, der ohnehin besonders bei fremdsprachigen Wörtern und nicht zuletzt auch infolge der Rechtschreibreform oft hinsichtlich der korrekten Schreibweise unsicher ist, wird darum auch bei der Schreibung der IR-Marke

nicht an einen phantasievollen betrieblichen Herkunftshinweis denken. Aus diesem Grund macht die Schreibweise "Pico Bello" auch nicht zu einem schutzfähigen mehrdeutigen Begriff (im Sinne von BGH GRUR 1995, 269 "U-KEY" oder BGH GRUR 1997, 627 "à la carte"), zumal die IR-Marke den angesprochenen Verkehrskreisen stets in Verbindung mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen begegnet. In diesem Zusammenhang aber drängt sich ein Verständnis als werbeübliche reine Sachangabe direkt auf, während der Gedanke an eine Azoreninsel und an einen Hundennamen oder an die italienische Wortfolge "klein schön" sehr fern liegt.

Meinhardt

Friehe-Wich

Guth

Cl/Na