

BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 12/99

(Aktenzeichen)

Verkündet am
8. März 2000

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 396 27 397.1

hat der 29. Senat des Bundespatentgerichts (Marken-Beschwerdesenat) aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 8. März 2000 durch den Vorsitzenden Richter Meinhardt, den Richter Dr. Vogel von Falckenstein und den Richter Guth

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe :

I.

Die Wortmarke

"Colorline"

soll für die Waren

"Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien (soweit in Klasse 16 enthalten); Druckereierzeugnisse"

in das Markenregister eingetragen werden. Die Anmeldung wurde im Laufe des Verfahrens auf die D... GmbH umgeschrieben.

Die Markenstelle für Klasse 16 des Deutschen Patentamts hat die Anmeldung mit zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, zurückgewiesen. Der Eintragung der angemeldeten Marke stehe für die angemeldeten Waren ein Freihaltungsbedürfnis entgegen. Außerdem fehle der angemeldeten Marke jegliche Unterscheidungskraft. Es handele sich um eine den angesprochenen Verkehrskreisen ohne weiteres verständliche sprachübliche Wortneubildung mit dem rein beschreibendem Sinngehalt "Farbsortiment". Der Verkehr verstehe darum die Marke lediglich als Hinweis darauf, daß die angemeldeten Waren in verschiedenen Farben angeboten würden.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Die angemeldete Wortneubildung sei lexikalisch nicht nachweisbar und außerdem vieldeutig. Sie beinhalte insbesondere für "Druckereierzeugnisse" keine klare Aussage. Ein Freihaltungsbedürfnis sei darum nicht gegeben. Auch sei kein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt der Marke vorhanden, so daß ihr nicht jegliche Unterscheidungskraft fehle. Nach der neueren Rechtsprechung des Bundesgerichts-

hofs und einer Entscheidung der dritten Beschwerdekammer des Harmonisierungsamtes für den Binnenmarkt sei die angemeldete Marke schutzfähig.

Die Anmelderin beantragt,

die angefochtenen Beschlüsse aufzuheben.

Der Senat hat Ermittlungen zur Bedeutung des Begriffs "Colorline" durchgeführt, deren Ergebnis der Anmelderin in der mündlichen Verhandlung zur Kenntnis gegeben wurde. Sie hat dazu erklärt, die vom Senat ermittelte Verwendung des Wortes "Colorline" in Blatt 30 der Akten betreffe ihre Waren. Wegen weiterer Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Die angemeldete Marke ist von der Eintragung ausgeschlossen, weil ihr für alle Waren der Eintragungsversagungsgrund des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG und für die Waren "Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien (soweit in Klasse 16 enthalten)" außerdem der Eintragungsversagungsgrund des § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG entgegensteht.

Titel von Druckerzeugnissen sind wie jede Markenmeldung nach den allgemeinen Regeln auf das Vorliegen von Eintragungshindernissen zu prüfen (BGH GRUR 1961, 232 "Hobby"; 1970, 141 "Europharma"; 1974, 661 "St. Pauli-Nachrichten"; BPatGE 38, 221 "BGHZ"). Bei den angemeldeten Waren "Druckereierzeugnisse" sind darum die gleichen Kriterien anzuwenden wie bei den übrigen Waren der Anmeldung.

Die Markenstelle hat zu Recht ein Freihaltungsbedürfnis im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG angenommen.

Zwar dürfen fremdsprachige Wörter nicht schematisch ihrer deutschen Übersetzung gleichgesetzt werden. Eine Gleichbehandlung ist aber gerechtfertigt, wenn die beschreibende Bedeutung auch von den angesprochenen inländischen Verkehrskreisen ohne weiteres erkannt wird oder die Mitbewerber den fraglichen Begriff beim inländischen Warenvertrieb bzw. Import oder Export der Waren benötigen (BGH GRUR 1994, 730 - Value; vgl. BGH GRUR 1988, 379 "RIGIDITE I", GRUR 1989, 421, 422 "Conductor"; Althammer/Ströbele/Klaka, Markengesetz, 5. Aufl., § 8 Rn. 91 m. Nachweisen; Ingerl/Rohnke, Markengesetz, 1998, § 8 Rn. 64, 65, 67 m. N.).

Die angemeldete Marke stellt ein zusammengesetztes Wort dar, das als beschreibende Angabe für die angemeldeten Waren dienen kann und auch vom inländischen Verkehr benötigt wird.

Wie sich aus der der Anmelderin zur Kenntnis gegebenen Recherche des Senats ergibt, handelt es sich bei "Colorline" um das amerikanische Wort für "Rassenschranke" (Cambridge International Dictionary of English, Stichwort "color"), das in dieser Bedeutung in Buchtiteln auch tatsächlich verwendet wird. So ergab die Internet-Recherche des Senats Buchtitel wie "Beyond the Colorline:", "The Colorline on Behalf of the Unborn", "Along the Colorline, ...". Damit kommt dieser Ausdruck als beschreibende Angabe für "Druckereierzeugnisse" konkret in Frage. Er stellt für diese Waren einen Hinweis auf den Inhalt dar. Dieser englischsprachige Begriff wird auch im Inland benötigt, weil englische Titel - etwa auch über Internet - auch in Deutschland vertrieben werden. Außerdem werden im Rahmen der zunehmenden Globalisierung englischsprachige Bücher in Deutschland gedruckt und exportiert oder bei deutschen Werken fremdsprachige Bezeichnungen verwendet. Insoweit besteht daher ein gegenwärtiges Freihaltungsbedürfnis.

Auch für die übrigen Waren besteht ein Freihaltungsbedürfnis. In Verbindung mit "Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien (soweit in Klasse 16 enthalten)" wird die angemeldete Marke im Sinne von "Farbserie", "Farbsortiment" vom deutschen Verkehr übersetzt werden. Wie aus dem Erstbeschluß beigefügten Prospekten und aus der Internetrecherche ersichtlich, werden verschiedenste Gegenstände des täglichen Bedarfs, wie Kosmetika, Schuhe, Textilien, Haushaltsgegenstände und auch Papier und Papierwaren (s. etwa Bl. 31, 32 der Akte), in modischen Trendfarben angeboten, wobei jeweils ein Sortiment verschiedener Farben im Angebot ist oder Sets mit einer Serie aufeinander abgestimmter Farben verkauft werden. Ein solches Sortiment kann werbeüblich und sprachüblich mit "Colorline" beschrieben werden. Da sowohl das englische Wort "Color" (Farbe) als auch das englische Wort "line" (Produktlinie, Serie) in der deutschen Umgang- und Werbesprache - auch in Wortzusammensetzungen - verwendet wird (vgl. dazu auch BPatGE 36, 29, 31 "Color COLLECTION"; BPatGE 36, 153, 156, 157 "BLUE LINE"), drängt sich für den deutschen Verkehr in Verbindung mit allen oben genannten angemeldeten Waren diese Interpretation als rein beschreibende Angabe geradezu auf. Auf den Nachweis der konkreten Verwendung des Begriffs "Colorline" für Briefhüllen, wie auf Blatt 30 der Akten möglicherweise die Anmelderin betreffend, kommt es deshalb nicht mehr an.

Insoweit fehlt der angemeldeten Marke auch jegliche Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG). Da es sich bei der angemeldeten Marke in Bezug auf die Waren "Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien (soweit in Klasse 16 enthalten)" um ein dem Verkehr ohne weiteres verständliches Wort beschreibenden Inhalts handelt, wird sie wegen ihres im Vordergrund stehenden sachbezogenen Begriffsinhalts für diese Waren nur als solches aufgefaßt, nicht aber als Hinweis auf einen bestimmten Geschäftsbetrieb (vgl. BGH WRP 1999, 1169, 1171 "FOR YOU"; WRP 1999, 1167, 1168 "YES").

Die von der Anmelderin genannten Entscheidungen "PREMIERE II" (BGH GRUR 1999, 728), "Partner with the Best" (BGH WRP 2000, 300), "Radio von hier, Radio wie wir" (BGH WRP 2000, 298) und "POLY COLOR" (HABM, 3. Beschwerdekammer R 212/1998-3) geben keinen Anlaß zu einer abweichenden Beurteilung des vorliegenden Falls. Die Entscheidungen "Partner with the Best" und "Radio von hier, Radio wie wir" betreffen den Sonderfall der Schutzfähigkeit von Werbeslogans. Die Entscheidungen "PREMIERE II" und "POLY COLOR" wird ausgeführt, daß auf das Verständnis der angesprochenen Verkehrskreise und auf die Marken in ihrer konkret angemeldeten Form abzustellen sei, was bei der Beurteilung der hier angemeldeten Marke berücksichtigt worden ist.

Meinhardt

Dr. Vogel von Falckenstein

Guth

Cl/Na