

BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 157/99

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 398 48 986.6

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 19. Juli 2000 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Schülke sowie der Richter Kraft und Reker

beschlossen:

BPatG 152

10.99

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluß der Markenstelle für Klasse 21 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 13. Juli 1999 aufgehoben.

Gründe

I

Die Markenstelle für Klasse 21 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die für die Waren

"Klasse 8 Messerschmiedewaren; Gabeln und Löffel
Klasse 11 Beleuchtungs-, Koch-, Kühlgeräte
Klasse 20 Möbel, Spiegel, Rahmen
Klasse 21 Geräte und Behälter für Haushalt und Küche, Glaswaren,
Porzellan und Steingut
Klasse 24 Webstoffe und Textilwaren, Bett- und Tischdecken" .

zur farbigen Eintragung in den Farben rot, weiß und grün angemeldete Marke

siehe Abb. 1 am Ende

gemäß §§ 8 Abs. 2 Nrn. 1 und 2, 37 MarkenG zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, die angemeldete italienische Bezeichnung "La bella Casa", die mit "Das schöne Haus" zu übersetzen sei, sei nur eine werblich anpreisende An-

gabe der Bestimmung bzw. der bestimmungsgemäßen Verwendung der beanspruchten Waren in einem oder für ein schönes Haus. Als solche Bestimmungsangabe sei "La bella Casa" freihaltungsbedürftig. Da die angemeldete Bezeichnung von einem großen Teil des deutschen Verkehrs verstanden werde, fehle ihr auch jegliche Unterscheidungskraft. Die grafische Gestaltung halte sich im Rahmen des in der Werbung Üblichen und könne die Schutzfähigkeit der angemeldeten Marke nicht herbeiführen.

Hiergegen wendet sich die Anmelderin mit der Beschwerde. Sie ist der Ansicht, die Markenstelle habe ihrer rechtlichen Beurteilung nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG eine zu restriktive, überholte Rechtsauffassung zugrundegelegt. Die Bezeichnung "La bella Casa" möge zwar in vielerlei Hinsicht Assoziationen zu Italien, Schönheit und einem Haus hervorrufen, sei jedoch nicht geeignet, die beanspruchten Waren zu beschreiben und werde deshalb von niemandem ernsthaft benötigt. Der 29. Senat habe die Bezeichnung "Casa Natura" für ein umfangreiches Warenverzeichnis, das auch die Klassen 8, 11, 20 und 21 enthalten habe, für schutzfähig erachtet. Die Bezeichnung "Casa" sei vom Patent- und Markenamt bereits für die Dienstleistung "Immobilien- und Bauwesen" eingetragen worden.

Die Anmelderin beantragt,

den Beschluß der Markenstelle für Klasse 21 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 13. Juli 1999 aufzuheben.

II

Die zulässige Beschwerde der Anmelderin erweist sich als begründet. Der Eintragung der angemeldeten Marke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt

geführte Markenregister stehen die Schutzhindernisse des § 8 MarkenG nicht entgegen.

Die angemeldete Marke besteht nicht ausschließlich aus Zeichen oder Angaben, die im Verkehr u.a. zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale der von der Anmelderin beanspruchten Waren dienen können (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG).

Die Zurückweisung einer Marke gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG setzt voraus, daß die Marke eine konkret warenbezogene beschreibende Sachaussage enthält, die auf eine bestimmte für den Verkehr bedeutsame Eigenschaft der Ware selbst Bezug nimmt (BGH BIPMZ 1999, 410, 411 – FOR YOU m.w.N.). Einen solchen konkret warenbezogenen Begriffsinhalt weist die angemeldete Marke nicht auf. Zwar ist die Markenstelle im Ansatz zutreffend davon ausgegangen, daß die italienische Bezeichnung "La bella Casa" mit "Das schöne Haus" zu übersetzen ist und daß diese Bedeutung der Marke auch von einem großen Teil des deutschen Verkehrs verstanden werden wird. In dieser Bedeutung stellt die angemeldete Marke aber keine konkrete Angabe über die Art, die Beschaffenheit oder – wie von der Markenstelle angenommen – die Bestimmung der beanspruchten Waren dar.

Gegen eine Eignung der angemeldeten Marke als Bezeichnung für die Beschaffenheit, Bestimmung oder für sonstige Merkmale der beanspruchten Waren spricht zunächst, daß sich dem Verkehr zumindest zwei verschiedene Verständnismöglichkeiten des Begriffs "La bella Casa" anbieten. Neben der von der Markenstelle angenommenen Bedeutung als Hinweis auf Waren, die für "das schöne Haus" bestimmt sein sollen, kommt in gleicher Weise ein Verständnis als Hinweis auf die Art der Verkaufsstätte i.S. einer besonderen Schönheit des Verkaufsrums bzw. seiner innenarchitektonischen Ausgestaltung oder als "Haus der schönen Dinge" in Betracht. Die fehlende Eindeutigkeit einer als Marke angemeldeten Bezeichnung spricht bereits für sich genommen gegen deren Eignung, zur konkreten

Bezeichnung von Wareneigenschaften zu dienen (BGH BIPMZ 2000, 53, 54 f. – FÜNFER).

Aber auch dann, wenn mit der Markenstelle davon ausgegangen wird, daß der Verkehr die angemeldete Bezeichnung in erster Linie i.S. einer Bestimmung der Waren für das schöne Haus verstehen wird, steht der Eintragung § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht entgegen. Der Wertung des Begriffs "La bella Casa" als konkrete Bestimmungsangabe steht entscheidend entgegen, daß es sich bei dem in der angemeldeten Bezeichnung enthaltenen Wort "bella" ("schön") um einen Begriff des persönlichen, subjektiv sehr unterschiedlichen Geschmacks handelt. Konkrete allgemeingültige Kriterien, die objektiv die Schönheit eines Hauses bzw. seiner Einrichtung ausmachen und die allein die Eignung als konkrete Bestimmungsangabe rechtfertigen könnten, gibt es hingegen nicht.

Der angemeldeten Marke fehlt auch nicht jegliche Unterscheidungskraft i.S.d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Hierbei 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 Entwurf des Markenrechtsreformgesetzes, Bl.f.PMZ 1994, Sonderheft S. 64). Kann einer Wortmarke kein für die in Frage stehenden Waren im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr – etwa auch wegen einer beschreibenden Verwendung in der Werbung (BGH WRP 1998, 495, 496 – Today) – stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so gibt es keinen tatsächlichen Anhalt dafür,

daß einem als Marke verwendeten Wortzeichen jegliche Unterscheidungskraft fehlt (BGH MarkenR 1999, 195, 197 – PREMIERE II).

Daß die Bezeichnung "La bella Casa" für die beanspruchten Waren keinen konkret warenbeschreibenden Begriffsgehalt aufweist, wurde bereits im Rahmen der Ausführungen zu § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG festgestellt und bedarf deshalb an dieser Stelle keiner weiteren Darlegung.

Bei der Bezeichnung "La bella Casa" handelt es sich auch nicht um ein in Deutschland gebräuchliches Wort der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr – obwohl es nicht warenbeschreibend ist – auf Grund besonderer Umstände nicht mehr als Marke eines Unternehmens verstanden wird. Tatsachen, die auch bei markenmäßiger Verwendung der angemeldeten Bezeichnung eine solche Feststellung rechtfertigen könnten, hat die Markenstelle der Begründung des angefochtenen Beschlusses nicht zugrunde gelegt. Die hierfür erforderlichen konkreten Tatsachen, insbesondere eine Verwendung der als Marke beanspruchten Bezeichnung in der Werbung anderer Unternehmen, hat auch der Senat nicht feststellen können. Ohne die Feststellung konkreter tatsächlicher Umstände, die gegen ein Verständnis einer als Marke angemeldeten Angabe sprechen könnten, kommt die Zurückweisung einer Wortmarke auf der Grundlage von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG aber nicht mehr in Betracht (BGH aaO – PREMIERE II). Der bildlichen Gestaltung der Marke, die im wesentlichen aus einer Unterlegung der Wörter durch eine stilisierte Abbildung der italienischen Staatsflagge besteht, kommt damit keine für die Beurteilung gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG maßgebliche Bedeutung zu.

Die weiteren in § 8 MarkenG aufgeführten Schutzhindernisse sind ersichtlich ebenfalls nicht gegeben.

und ist deshalb gehindert
zu unterschreiben

Schülke

Na

Abb.1

