

BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 248/00

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 399 35 831.5

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 23. Mai 2001 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Schülke sowie der Richter Kraft und Reker

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 20 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 9. Februar und 12. Juli 2000 aufgehoben.

G r ü n d e

I.

Mit den beiden vorgenannten Beschlüssen hat die Markenstelle für Klasse 20 des Deutschen Patent- und Markenamts die für

"Möbel und Möbelteile; Polstermöbel; Sitzmöbel; Büromöbel, Drehstühle, Drehsessel; Arbeitsstühle; Bürotische"

angemeldete Wortmarke

Office Ergo

gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG wegen des Bestehens eines Freihaltebedürfnisses und des Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Die Zurückweisung ist im wesentlichen damit begründet, daß sich das Markenwort "Office Ergo" erkennbar aus dem englischen Wort "Office" (= Büro, Dienststelle) und der allgemein bekannten, für Ergonomie, ergonomische stehenden Kurzform "Ergo" zusammensetze. Es stelle für die beanspruchten Waren eine unmittelbar beschreibende Angabe dar, da es lediglich darauf hinweise, daß die so gekennzeichneten Waren für Büros bestimmt seien und ergonomischen Ansprüchen genügten bzw es sich um Büromöbel handele, die ergonomisch gestaltet seien. Als ohne weiteres verständliche, die beanspruchten Waren unmittelbar beschreibende

Angabe sei "Office Ergo" nicht geeignet, als Herkunftshinweis zu dienen. Ihm fehle daher jegliche Unterscheidungskraft. An einer derartigen unmittelbar beschreibenden Angabe bestehe auch ein Freihaltebedürfnis der Mitbewerber.

Hiergegen richtet sich die von ihr nicht begründete Beschwerde der Anmelderin mit dem sinngemäßen Antrag,

die angefochtenen Beschlüsse aufzuheben.

II.

Die zulässige Beschwerde erweist sich in der Sache als begründet, denn der begehrten Eintragung stehen die Schutzhindernisse des § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG nicht entgegen.

1. Nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG sind nur Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr ua zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder der Bezeichnung sonstiger Merkmale der in Frage stehenden Waren dienen können. Dabei ist davon auszugehen, daß ein Eintragungshindernis auch dann besteht, wenn eine Benutzung der Sachangabe bisher noch nicht erfolgt ist, eine solche jedoch nach den gegebenen Umständen erfolgen wird (vgl BGH GRUR 1995, 408, 409 - PROTECH). Zu den nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG vom Markenschutz ausgeschlossenen Angaben zählen allerdings nicht nur die ausdrücklich aufgeführten, sondern auch solche, die für den Warenverkehr wichtige und für den umworbenen Abnehmerkreis irgendwie bedeutsame Umstände mit konkretem Bezug auf die betreffenden Waren selbst beschreiben (vgl dazu BGH GRUR 1998, 813 - CHANGE; BGH BIPMZ 1999, 410, 411 - FOR YOU). Zu diesen Angaben oder Umständen gehört die angemeldete Bezeichnung "Office Ergo" jedoch nicht.

Eine Verwendung der um Schutz nachsuchenden Bezeichnung auf dem Sektor der hier in Rede stehenden Möbelwaren als beschreibende Angabe hat die Markenstelle nicht belegt. Auch der Senat hat keine entsprechenden Nachweise ermitteln können. Weder im Internet, noch in einschlägigen Katalogen von Möbelfirmen war eine Verwendung von "Office Ergo" als beschreibende Angabe etwa für (Büro-)Möbel feststellbar, die aufgrund bestimmter konstruktiver Merkmale ergonomisches Arbeiten ermöglichen. Von einem auf gegenwärtiger Benutzung als Sachangabe beruhenden Freihaltebedürfnis kann deshalb nicht ausgegangen werden. Ebenso wenig liegen hinreichende Anhaltspunkte dafür vor, daß im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren in Zukunft eine Benutzung der Marke als Sachangabe erfolgen könnte. Selbst wenn mit der Markenstelle davon ausgegangen wird, daß die schutzsuchende, aus den beiden Bestandteilen "Office" und "Ergo" gebildete Bezeichnung "Office Ergo" vom angesprochenen inländischen Verkehr überwiegend mit "ergonomisch gestaltete Büromöbel" übersetzt werden sollte, sagt dieser mögliche Sinngehalt nichts Konkretes darüber aus, durch welche besonderen konstruktiven oder gestalterischen Maßnahmen die so gekennzeichneten Möbelergonomischen Erkenntnissen oder Ansprüchen genügen könnten. Gegen eine Eignung der angemeldeten Marke als unmittelbar beschreibende Angabe für die beanspruchten Möbel spricht im übrigen auch, daß die angemeldete Kennzeichnung "Office Ergo" aufgrund des weiteren geläufigen Sinngehalts des englischen Worts "Office" (= Büro, Amt) auch als Hinweis auf ein ergonomisch gestaltetes oder ausgestattetes Büro gedeutet werden kann. Von einem gegenwärtigen oder zukünftigen Freihaltebedürfnis der Mitbewerber an der angemeldeten Bezeichnung "Office Ergo" kann deshalb nicht ausgegangen werden.

2. Ebenso wenig kann der Marke jegliche Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG abgesprochen werden. Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die der Anmeldung zugrunde liegenden Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden.

Hierbei ist grundsätzlich ein großzügiger Maßstab anzulegen, dh, jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um dieses Schutzhindernis zu überwinden, zumal der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in aller Regel so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt und er es keiner analysierenden Betrachtungsweise unterzieht. Kann einer Wortmarke kein für die beanspruchten Waren im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch nicht um ein so gebräuchliches Wort der deutschen oder einer sonst im Inland geläufigen Sprache, das vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung (vgl BGH WRP 1998, 495 - Today) - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, gibt es keine tatsächlichen Anhalt dafür, daß einem als Marke verwendeten Wortzeichen die Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (vgl BGH MarkenR 1999, 349 - YES).

Hiervon ausgehend kann der Wortfolge "Office Ergo" nicht die erforderliche Unterscheidungseignung abgesprochen werden: Eine warenbeschreibende Sachausgabe, die auf bestimmte Eigenschaften der in Frage stehenden Möbel selbst Bezug nimmt, stellt diese Bezeichnung - wie dargelegt - nicht dar.

Ebenso wenig liegen Anhaltspunkte dafür vor, daß der Verkehr etwa durch eine Verwendung der angemeldeten Bezeichnung in der Werbung als schlagwortartige Aussage daran gewöhnt sein könnte, in ihr keine Marke zu sehen. Für ein Verständnis als Herkunftshinweis spricht vielmehr, daß der Verkehr erfahrungsgemäß ohnehin wenig geneigt ist, eine Warenbezeichnung zu analysieren, er sie vielmehr in der Regel so annimmt, wie sie ihm bei ihrer markenmäßigen Verwendung entgegentritt (vgl BGH BIPMZ 2000, 53 - FÜNFER).

Schülke

Reker

Kraft

prä