

BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 249/00

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 398 69 780.9

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 25. April 2001 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Schülke sowie des Richters Kraft und der Richterin Eder

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluß der Markenstelle für Klasse 20 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 31. Juli 2000 aufgehoben.

Gründe

I.

Mit dem vorgenannten Beschluß hat die Markenstelle für Klasse 20 des Deutschen Patent- und Markenamts die für "Möbel" angemeldete Wortmarke

CASA TOSCANA

gemäß § 8 Absatz 2 Nr 2 MarkenG wegen des Bestehens eines Freihaltebedürfnisses zurückgewiesen. Die Zurückweisung ist im wesentlichen damit begründet, daß der italienische Begriff "CASA TOSCANA" übersetzt "toskanisches Haus" bedeute. Das angemeldete Zeichen stelle daher einen beschreibenden Sachhinweis dar, der darauf hindeute, daß die Anmelderin Möbel im Stil der Häuser der italienischen Region Toskana anbiete. Die Mitbewerber der Anmelderin hätten ein berechtigtes Interesse, mit dieser Angabe darauf hinzuweisen, daß sie Möbel im toskanischen Stil verkaufen. Daß es sich um eine fremdsprachige Bezeichnung handle, stehe dem Freihaltebedürfnis nicht entgegen, denn die naheliegende Angabe werde jedenfalls von den Mitbewerbern beim Im- und Export der einschlägigen Waren benötigt, zumal Möbel im toskanischen Stil bei den inländischen Verkehrskreisen sehr bekannt seien.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Ihrer Ansicht nach stellt die Wortkombination "CASA TOSCANA" für "Möbel" eine hinreichend phantasie-

volle Bezeichnung dar, denn die von der Markenstelle mit "toskanisches Haus" übersetzte Kennzeichnung wäre allenfalls für Häuser im toskanischen Baustil beschreibend. Der Schluß von "CASA TOSCANA", übersetzt mit "toskanisches Haus", auf "toskanischer Stil" und schließlich auf "Möbel im toskanischen Stil" erfordere weitere, keinesfalls naheliegende Gedankengänge der Verbraucher. Der Eintragung stehe deshalb kein Freihaltungsbedürfnis entgegen. Das Interesse der Mitbewerber am Gebrauch einzelner italienischer Begriffe zu werbenden Zwecken, könne der Markenmeldung grundsätzlich nicht entgegengehalten werden, zumal kein Interesse des Verkehrs an der speziellen Kombination der beiden einzelnen italienischen Begriffe "casa" und "Toskana" ersichtlich sei. Entgegen der Behauptung der Markenstelle sei "CASA TOSCANA" auch in Fachkreisen nicht als Bezeichnung für einen bestimmten Möbelstil gängig.

Dementsprechend beantragt die Anmelderin sinngemäß die Aufhebung des angefochtenen Beschlusses.

II.

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

1. Nach § 8 Absatz 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 Dienstleistungen 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 Absatz 2 Nr 2 MarkenG vom Markenschutz ausge-

schlossenen 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. BGH GRUR 1998, 813 - CHANGE; BGH BIPMZ 1999, 410, 411 - FOR YOU). Zu diesen Angaben oder Umständen gehört die angemeldete Bezeichnung "CASA TOSCANA" jedoch nicht.

Eine Verwendung der um Schutz nachsuchenden Bezeichnung 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 "CASA TOSCANA" als beschreibende Angabe etwa für eine bestimmte Stilrichtung von Möbeln feststellbar. Von einem auf gegenwärtige 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 italienischen Begriffen "casa" und "Toscana" gebildete Bezeichnung vom angesprochenen inländischen Verkehr überwiegend mit "toskanisches Haus" übersetzt wird, sagt der angenommene Sinngehalt nichts Konkretes darüber aus, welche besonderen Merkmale die unter dieser Bezeichnung angebotenen Möbel auszeichnen. Zum einen bezieht sich die mit "toskanisches Haus" übersetzte Bezeichnung dem Wortlaut nach nur auf ein in der italienischen Toskana gelegenes oder im toskanischen Stil erbautes Haus, zum andern liegen dem Senat keine Erkenntnisse darüber vor, daß etwa im toskanischen Stil erbaute Häuser mit Möbeln ausgestattet wurden oder noch ausgestattet werden, die sich durch ganz bestimmte, eindeutige Stilmerkmale auszeichnen. Auch bei einer Wertung von "CASA TOSCANA" als Hinweis auf einen Geschäftsbetrieb, der schwerpunktmäßig Möbel anbietet, die besonders für die Ausstattung von "toskanischen Häusern" bestimmt und geeignet sind, bezieht sich diese Annahme ausschließlich auf das betreffende Unternehmen, nicht aber auf die von ihm herge-

stellten oder vertriebenen Waren selbst (vgl. dazu BGH GRUR 1999, 988 - HOUSE OF BLUES). Von einem gegenwärtigen oder zukünftigen Freihaltebedürfnis der Mitbewerber an der angemeldeten Bezeichnung "CASA TOSCANA" kann deshalb nicht ausgegangen werden.

2. Ebenso wenig kann der Marke jegliche Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Absatz 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 demnach 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 keinen 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 italienischsprachigen Wortfolge "CASA TOSCANA" nicht die erforderliche Unterscheidungseignung abgesprochen werden: Eine warenbeschreibende Sachaussage, die auf bestimmte Eigenschaften der in Frage stehenden Möbel selbst Bezug nimmt, stellt diese Bezeichnung nicht dar. (s.o.).

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 mehr zu sehen. Für ein Verständnis als Herkunftshinweis spricht vielmehr, daß die Bezeichnung "CASA TOSCANA" nicht nur als Hinweis auf ein "toskanisches Haus" oder - wie von der Markenstelle angenommen - als Hinweis auf Möbel "im Stil eines toskanischen Hauses", sondern auch als Bezeichnung für eine Verkaufsstätte mit einem Möbelangebot im mediterranen Stil aufgefaßt werden kann. Eine derartige Mehrdeutigkeit spricht zusätzlich für die erforderliche Unterscheidungskraft der Anmeldung (vgl. BGH MarkenR 1999, 400 - FÜNFER).

Schülke

Frau Eder ist erkrankt und
deshalb gehindert, zu un-
terschreiben

Kraft

Schülke

br/prö