

# BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 19/01

---

**(Aktenzeichen)**

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die Markenmeldung 398 49 663.3**

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 13. Juni 2001 unter Mitwirkung des Richters Kraft als Vorsitzendem sowie des Richters Reker und der Richterin Eder

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluß der Markenstelle für Klasse 20 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 6. September 2000 in der Fassung des Berichtigungsbeschlusses vom 14. November 2000 aufgehoben.

## **Gründe**

### **I.**

Mit dem vorgenannten Beschluß hat die Markenstelle für Klasse 20 des Deutschen Patent- und Markenamts die für die Waren

"Möbel, insbesondere Stühle, Tische, Schränke, Regale"

angemeldete Wortmarke

**NO LIMITS**

gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG wegen des Bestehens eines Freihaltebedürfnisses und wegen Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Die Zurückweisung ist im wesentlichen damit begründet, daß die englische Wortfolge "NO LIMITS" in der deutschen Übersetzung "keine Grenzen", "ohne Grenzen" bzw "grenzenlos" bedeute. Die angemeldete Bezeichnung weise mithin unmittelbar darauf hin, daß die beanspruchten Möbel ein Wohnen ohne Grenzen ermöglichen, dh besondere Gestaltungsmöglichkeiten eröffneten. Entgegen der Auffassung der Anmelderin sei ein werbender Hinweis auf grenzenlose Gestaltungsmöglichkeiten in bezug auf Möbel durchaus üblich. Zwar handele es sich bei der angemeldeten Marke um eine fremdsprachige Wortfolge, die nicht unmittelbar

der deutschen Übersetzung gleichgestellt werden könne, derartige beschreibende Angaben fielen jedoch unter das Eintragungsverbot, wenn sie von den angesprochenen inländischen Verkehrskreisen ohne weiteres als beschreibende Angabe verstanden würden. Die Wortfolge "NO LIMITS" gehöre zu diesen verständlichen beschreibenden Angaben. Aufgrund ihrer Eignung, in der Werbung auf die Art der Waren hinzuweisen, sei "NO LIMITS" im Interesse der Mitbewerber der Anmelder freizuhalten, denn diese müßten mit dieser Wortfolge ebenfalls für ihre Waren werben können. Aufgrund ihres rein beschreibenden Charakters fehle der Anmeldung als sprachübliche Wortkombination auch das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Ihrer Ansicht nach steht die angefochtene Entscheidung nicht im Einklang mit der jüngeren, einschlägigen Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs, wonach ein Eintragungshindernis nur dann bestehe, wenn die angemeldete Bezeichnung die beanspruchten Waren selbst unmittelbar beschreibe. Dies treffe auf "NO LIMITS" in Bezug auf "Möbel" nicht zu. Der Begriff "grenzenlos" deute Eigenschaften oder Verwendungsmöglichkeiten der "Möbel" allenfalls an. Dem angefochtenen Beschluß beigefügten Internetauszug könne nichts Gegenteiliges entnommen werden.

Die Anmelderin beantragt 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 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 ausgeführten, 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; BIPMZ 1999, 410 – FOR YOU). Zu diesen Angaben oder Umständen gehört die angemeldete Bezeichnung "NO LIMITS" jedoch nicht.

Eine Verwendung der um Schutz nachsuchenden Bezeichnung als beschreibende Angabe hat die Markenstelle nicht belegt. Soweit sie in diesem Zusammenhang auf einen Internetauszug mit dem Titel "Bürowelt im Trend" verweist, vermag der Senat diesen Artikel nicht als Nachweis für eine Verwendung von "NO LIMITS" für eine eindeutige, konkrete Beschreibung von "Möbel" zu werten. Wie der betreffenden Veröffentlichung zu entnehmen ist, wird dort mit "No Limits" ein zukunftsweisendes Einrichtungssystem der Firma MBT beschrieben, das besonders wirkungsvoll neue Arbeitsformen und -strukturen wie Desk-Sharing und Telearbeit unterstütze. So stünden zB innerhalb der "No Limits-Systematik" verschiedenste Elemente zur Verfügung, die sich nach Belieben kombinieren oder variieren ließen. Damit wird in dem Internetauszug mit "No Limits" nur ein Einrichtungssystem bezeichnet, das mit seinen intelligenten Komponenten die flexible Gestaltung zukunftsorientierter Büros unterstützt, über die konkrete Verwendung der dabei verwendeten Raumgliederungselemente und insbesondere Möbel sagt "No Limits" nichts Eindeutiges aus. Von einem auf gegenwärtige Benutzung als Sachangabe für "Möbel" beruhenden Freihaltebedürfnisses kann deshalb nicht ausgegangen

werden. Ebenso wenig liegen 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 der angesprochene inländische Verkehr der englischsprachigen Anmeldung "NO LIMITS" überwiegend die Bedeutungen "ohne Grenzen" bzw "grenzenlos" beimißt, sagen die angenommenen Sinngehalte nichts Konkretes darüber aus, welche besonderen Merkmale die unter dieser Bezeichnung angebotenen Möbel auszeichnen könnten. Selbst wenn "NO LIMITS" als werbender Hinweis darauf aufgefaßt wird, daß die betreffenden Möbel ein Wohnen ohne Grenzen ermöglichen, ist völlig offen, durch welche konstruktiven Maßnahmen diese Möbel welche besondere Gestaltungsmöglichkeiten eröffnen könnten. Damit liegen keine hinreichenden Anhaltspunkte dafür vor, daß im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren in Zukunft eine Benutzung der angemeldeten Wortfolge als eindeutige Sachangabe erfolgen wird.

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 in einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die der Anmeldung zugrundeliegenden Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt werden. Hierbei ist grundsätzlich ein großzügiger Maßstab anzulegen, dh jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht, um dieses Schutzhindernis zu überwinden, zumal der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in aller Regel aufnimmt, wie es ihm entgegentritt und er keine analysierende 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 Wortfolge "NO LIMITS" nicht die erforderliche Unterscheidungseignung abgesprochen werden: Eine warenbeschreibende Sachausgabe, die auf bestimmte Eigenschaften der in Frage stehenden Möbel selbst Bezug nimmt, stellt diese Bezeichnung nicht dar (siehe oben). 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 "NO LIMITS" als schlagwortartige Aussage wirkt, die die Aufmerksamkeit des angesprochenen Verkehrs wecken und auf die so gekennzeichnete Ware lenken soll. Darin liegt eine über das reine Wortverständnis hinausgehende Aussage, die es verbietet, dem Zeichen jegliche Unterscheidungskraft abzuspochen (vgl. dazu BGH aaO – FOR YOU), so daß der angefochtene Beschluß aufzuheben war.

Kraft

Reker

Eder

prä