

Bundespatentgericht

32 W (pat) 177/02

(Aktenzeichen)

Beschluss

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 300 49 916

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 18. Dezember 2002 durch die Vorsitzende Richterin Winkler, Richter Dr. Albrecht und Richter Sekretaruk

beschlossen:

Auf die Beschwerde werden die Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamts - Markenstelle für Klasse 41 vom 5. April 2001 und vom 13. Februar 2002 aufgehoben.

Gründe

I.

Angemeldet als Bildmarke für die Waren

Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen

und die Dienstleistungen

Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten; Sportunterricht; Betreiben von Fitness-, Freizeit und Wellnessanlagen; Betreiben von Sportstudios; Verpflegung; Beherbergung von Gästen; ärztliche Versorgung, Gesundheits- und Schönheitspflege,

ist die Bildmarke

siehe Abb. 1 am Ende

für die "farbige Eintragung in den Farben ocker, khaki, bordeauxrot" beantragt ist.

Die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft der Marke in zwei Beschlüssen, wovon einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, zurückgewiesen. Zur Begründung wurde ausgeführt, dass bei Konfrontation des Verbrauchers mit der angemeldeten Farbkombination keine Herkunftskennzeichnung angenommen werde. Gegen diese Entscheidungen richtet sich die Beschwerde des Anmelders.

II.

Die zulässige Beschwerde ist begründet. Der Eintragung der Marke steht weder das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG), noch das des § 8 Abs. 2 Nr. 2 entgegen.

a) Unterscheidungskraft ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Hauptfunktion der Marke ist es, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten. Bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen (st. Rspr.; vgl. BGH, BIPMZ 2002, 85 - INDIVIDUELLE). Bildmarken fehlt (neben dem ersichtlich nicht vorliegenden Fall einer Warenabbildung) die Unterscheidungskraft dann, wenn sich die Marke in einfachen geometrischen Formen (Dreiecken, Rechtecken, Kreisen) oder einfachen graphischen Gestaltungselementen, die - wie dem Verkehr aus Erfahrung bekannt ist - in der Werbung oder aber auch auf Warenverpackungen oder sogar in Geschäftsbriefen üblicherweise in bloß ornamentaler schmückender Form verwendet werden, erschöpft. Keine dieser Voraussetzungen hat die Markenstelle festgestellt. Auch der Senat konnte Feststellungen dieser Art nicht treffen. Die Bildmarke besteht aus einem Rechteck, das seinerseits in drei unterschiedlich große rechteckige Felder

eingeteilt ist, die in ocker, khaki und bordeauxrot eingefärbt sind. Dies stellt weder eine einfache geometrische Form dar, noch ist - mangels entsprechender Feststellungen - die Annahme gerechtfertigt, dass es sich um eine graphische Gestaltung handelt, an die sich der Verkehr etwa durch häufige werbemäßige Verwendung gewöhnt hat.

b) Die Marke besteht auch ersichtlich nicht ausschließlich aus Zeichen, die im Verkehr zur Bezeichnung von Merkmalen der Waren oder Dienstleistungen dienen können; die Bildmarke trägt ersichtlich keine Sachinformation in sich und fällt daher auch nicht unter § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG.

Winkler

Dr. Albrecht

Sekretaruk

Hu

Abb. 1

