

BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 3/02

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 399 02 831.5

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 17. Juli 2002 durch die Vorsitzende Richterin Winkler sowie die Richter Dr. Albrecht und Sekretaruk

beschlossen:

Auf die Beschwerde werden die Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamts – Markenstelle für Klasse 11 - vom 21. Juni 2000 und vom 2. April 2001/8. Oktober 2001 aufgehoben.

Gründe

I.

Die Anmeldung der Wortmarke

Beryll

für die Waren

Sanitäre Anlagen und deren Teile; Sanitärkeramik und Sanitärglaseinrichtungen, nämlich Waschtische, Spültische, Badewannen, Brausewannen; Duschabtrennungen, Duschkabinen aus Ganzglas oder Kunststoff; Beschläge, Befestigungs- und Halteknöpfe für Duschen; Waschtischkonsole; Spiegel, Spiegelschränke; Glaselemente, nämlich Glasablagen; Sachalen für Badezimmer; Badezimmermöbel

hat die Markenstelle für Klasse 11 mit zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, zurückgewiesen, weil "Beryll" das Material oder die Farbe der beanspruchten Waren beschreibe.

Gegen diese Entscheidung hat die Anmelderin Beschwerde eingelegt. Sie ist der Ansicht, "Beryll" sei keine Farbangabe; es fehle in der RAL-Liste. Es stehe nicht für einen Edelstein, sondern für eine Gruppe von Mineralien, deren Mitglieder sehr unterschiedlich aussähen. Dementsprechend seien andere Mineraliennamen als Marken eingetragen worden.

Die Anmelderin beantragt,

den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts vom 2. April 2001 aufzuheben und die Eintragung der Marke zu verfügen
sowie die Beschwerdegebühr zurückzuzahlen.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache Erfolg. Der begehrten Eintragung in das Markenregister steht weder das Eintragungshindernis der fehlenden Unterscheidungskraft der Marke noch das einer Angabe iSv § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen.

Unterscheidungskraft im Sinne der Vorschrift des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende Eignung, dem Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer zu dienen. Weist eine Wortmarke keinen für die fraglichen Waren bzw. Dienstleistungen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt auf und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen oder einer sonst gängigen Sprache, das die Verbraucher - etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstehen, fehlt es nicht an der erforderlichen Unterscheidungseignung (vgl. BGH GRUR 2000, 722 – LOGO).

Hierbei ist grundsätzlich ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft ausreicht, um dieses Schutzhindernis zu überwinden (vgl. BGH MR 2000, 48 - Radio von hier; 2000, 50 - Partner with the Best).

Die Verwendung von "Beryll" als im Vordergrund stehende Sachangabe für die hier in Rede stehenden Waren ist nicht nachweisbar.

Bei "Beryll" handelt es sich um keine Materialangabe, weil nicht feststellbar ist, dass die beanspruchten Waren in einem entscheidungserheblichem Umfang aus Edelsteinen gefertigt werden.

"Beryll" ist auch keine verwendete Farbangabe; die Markenstelle hat lediglich "beryllblau", "beryllgrün" und "goldberyll" nachgewiesen, was verständlich ist, weil "beryll" alleine wegen der Vielfarbigkeit der damit bezeichneten Mineralien keinen bestimmten Farbton, ja nicht einmal eine Farbrichtung angibt. In den bereits von der Markenstelle herangezogenen Fundstellen wird der gemeine Beryll als weiß, gelblich, grünlich, trübe beschrieben. Zu der Gruppe der Berylle gehört der grüne Smaragd, der blaue Aquamarin sowie gelbe, rote und farblose Varietäten.

Es handelt sich auch nicht um ein so gebräuchliches Wort, dass der Verkehr "Beryll" stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstehen würde (vgl. BGH GRUR 1999, 1089 - YES; 1999, 1093 – FOR YOU).

Ohne beschreibende Aussage fällt die angemeldete Marke auch nicht unter § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Nach dieser Vorschrift sind nämlich nur Zeichen von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, die im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Menge, der Bestimmung, des Wertes, der geographischen Herkunft, der Zeit der Herstellung der Waren oder zur Bezeichnung ihrer sonstigen Merkmale dienen können (vgl. BGH GRUR 1999, 1093 - FOR YOU).

Es ist auch keine Tendenz, Mineralienbezeichnungen mit beschreibender Bedeutung zu verwenden, mit hinreichender Sicherheit prognostizierbar.

Der Antrag der Anmelderin auf Rückzahlung der Beschwerdegebühr (§ 71 MarkenG) hat keinen Erfolg. Eine Rückzahlung kommt nur in Betracht, wenn dies aus Billigkeitsgründen geboten ist. Billigkeitsgründe sind vorliegend nicht ersichtlich;

die Rückzahlung der Beschwerdegebühr ist nicht schon bei einer zwar im Ergebnis rechtlich unzutreffenden, jedoch nicht in offenkundigem Widerspruch zur geltenden Rechtsprechung stehenden Beurteilung einer Sache geboten. Nachdem heutzutage jedoch viele aus anderem Zusammenhang bekannte Begriffe als Farbadjektive verwendet werden, die über Assoziationen Anziehungskraft ausüben und der Aufhöhung dienen sollen (vgl. Römer, Ruth, Die Sprache der Anzeigenwerbung, 6. Aufl., Düsseldorf, 1980, S. 51 ff.), kommt es entscheidend auf den Warenbereich an, ob ein Wort als Farbwort wirkt. Das Bundespatengericht hat "*Topas*" als schutzunfähige Benennung eines goldgelben Farbtons für Möbel angesehen - aber nicht für Wein (Beschluss vom 5. Februar 1992, 26 W (pat) 205/90 - Möbel; vom 3. Dezember 1997, 26 W (pat) 127/97 - Wein), so dass die Markenstelle hier durchaus zu einer von der hier getroffenen Entscheidung abweichenden Anschauung kommen konnte.

Die Eintragung der Marke kann nicht vom Bundespatengericht verfügt werden; dies obliegt ausschließlich dem Deutschen Patent- und Markenamt.

Winkler

Sekretaruk

Dr. Albrecht

Hu