

BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 154/01

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die angemeldete Marke 399 20 588.8

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 2. Juli 2002 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Dr. Schermer sowie der Richter Albert und Schwarz

beschlossen:

Auf die Beschwerde wird unter Zurückweisung im übrigen der Beschluss der Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 10. August 2001 insoweit aufgehoben, als die angemeldete Marke für die Dienstleistung "Werbung, insbesondere Werbung für die kontrolliert biologische Landwirtschaft und Tierhaltung" zurückgewiesen worden ist.

Gründe

I

Die Wortmarke

organic basics

soll für

"Oberbekleidung und Unterwäsche, insbesondere solche hergestellt aus Faser-Rohstoffen, die vollständig kontrolliert biologischer Landwirtschaft und Tierhaltung entstammen; Kopfbedeckungen, Schuhwaren, Kleidereinlagen, vorgefertigte Kleidertaschen; Webstoff- und Textilwaren, Bett- und Tischdecken; Werbung, insbesondere Werbung für die kontrolliert biologische Landwirtschaft und Tierhaltung"

in das Register eingetragen werden.

Die Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat die Anmeldung wegen mangelnder Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Die beiden zum englischen Grundwortschatz zählenden Wörter "Organic" und "Basics" seien dem inländischen Publikum in ihrer Bedeutung "organische Ausgangsmaterialien" ohne weiteres verständlich; gerade im Hinblick auf die beanspruchten Waren sei es für das Publikum erfahrungsgemäß von besonderer Bedeutung, aus welchen Materialien sie hergestellt seien. In bezug auf die angemeldeten Waren und Dienstleistungen dränge sich die angemeldete Wortkombination daher dem Verkehr lediglich im Sinne einer beschreibenden Sachangabe auf, mit der in werbeüblicher Weise auf die Verwendung organischer Grundstoffe für die betreffenden Produkte bzw auf den Gegenstand der beanspruchten Dienstleistungen hingewiesen werde.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Ihrer Auffassung nach berücksichtigt der angefochtene Beschluss nicht ausreichend, dass die einschlägigen Wörterbücher für den Begriff "organic" 15 und für den Begriff "basic" sechs verschiedene Bedeutungen aufwiesen. In ihrer Gesamtheit vermittele die Anmeldemarke den Verbrauchern daher keine klar verständliche eindeutige Aussage, wobei die Pluralform des zweiten Wortes "basics" zusätzlich personifizierende Eindrücke wie etwa von Teamarbeit erwecke. Ähnlich den Markennamen "PROTECH", "uni", "Partner with the best", "YES" und "SMARTWARE", welche der BGH für schutzfähig erachtet habe, stehe der Anmeldemarke weder ein Freihaltebedürfnis entgegen noch mangle es ihr an der erforderlichen Unterscheidungskraft.

Wegen sonstiger Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II

Die zulässige (§ 66 Abs 1 MarkenG) Beschwerde hat in der Sache nur teilweise Erfolg, da der Eintragung der angemeldeten Wortmarke "organic basics" lediglich für die Dienstleistung "Werbung, insbesondere Werbung für die kontrolliert biologische Landwirtschaft und Tierhaltung" keine Schutzhindernisse entgegenstehen, während diese Wortkombination in bezug auf die übrigen beanspruchten Waren mangels Unterscheidungskraft (§ 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG) nicht schutzfähig ist, so dass die Markenstelle ihr insoweit zu Recht die Eintragung versagt hat (§ 37 Abs 1 MarkenG).

1. Trotz des grundsätzlich gebotenen großzügigen Maßstabs (st Rspr, vgl BGH, GRUR 1995, 408 [409] – PROTECH; BGH, GRUR 2001, 162 [163] mwN – RATIONAL SOFTWARE CORPORATION; BGH GRUR 2001, 413, 415 - SWATCH) ist die angemeldete Wortmarke nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren der Klassen 24 und 25 gegenüber solchen anderer Unternehmen nicht geeignet, weil für diese Waren ein beschreibender Begriffsinhalt im Vordergrund steht (vgl BGH aaO – RATIONAL SOFTWARE CORPORATION).

Die verschiedenen Bedeutungen, welche den beiden englischsprachigen Wörtern "organic" und "basics", aus denen die Anmeldemarke gebildet ist, in der englischen Sprache zukommt, können entgegen der Auffassung der Anmelderin die Schutzfähigkeit der angemeldeten Wortkombination nicht begründen. Denn zum einen kommt es hierbei allein auf das Verständnis der inländischen Verkehrskreise an (vgl Althammer/Ströbele, Markengesetz, 6. Aufl, § 8 Rn 22), und zum anderen ist vorrangig darauf abzustellen, welche Bedeutung diese der angemeldeten Wortmarke in bezug auf die beanspruchten Waren beimessen (vgl Althammer/Ströbele, aaO, § 8 Rn 23). Die angesprochenen Verkehrskreise, bei denen es sich wegen der Art der angemeldeten Waren als Massenkonsumartikel um die Gesamtbevölkerung handelt (vgl Althammer/Ströbele, aaO, § 8 Rn 194), werden den eng-

lischsprachigen Bestandteil "organic" schon wegen seiner klanglichen Nähe zu dem deutschen Wort "organisch" ohne weiteres diesem gleichsetzen. In beiden Sprachen steht der Begriff "organisch" vorrangig für Eigenschaften, die "zum belebten Teil der Natur gehören oder aus ihm abgeleitet sind" (vgl DUDEN, Deutsches Universalwörterbuch, 4. Aufl, S 1168; The Concise Oxford Dictionary, 10. Aufl, S 1004; sa Langenscheidts Großwörterbuch Englisch, Teil I Englisch-Deutsch, 2001, S 788; Webster's Third New International Dictionary, 1986, S 1590). Die weiteren von der Anmelderin genannten Bedeutungen stellen dabei nur Abwandlungen dieser Grundbedeutung für besondere Bereiche dar. In bezug auf Bekleidung wiederum ist der Begriff als Hinweis auf Naturstoffe, die aus (organisch-)biologischem Anbau stammen, als Ausgangsmaterial der Kleidungsstücke üblich. Dies entspricht nicht nur der allgemeinen Bedeutung dieses Begriffs (vgl The Concise Oxford Dictionary, aaO; Muret-Sanders, aaO; DUDEN, Deutsches Universalwörterbuch, aaO), sondern auch seiner Verwendung etwa im Fachterminus "Organic Cotton", mit dem - wie mit seiner deutschen Entsprechung "organisch angebaute Baumwolle" - die Herstellung dieser Naturfaser durch organische Düngung und ohne Anwendung chemischer Insektizide bezeichnet wird (vgl Hofer, Textil- und Modelexikon, 7. Aufl, S 637; sa die Umschreibung des Begriffs "Naturfasern organisch" auf der Webseite <http://www.mode-im-netz.%20de/lib/main.php3?id=000001N126&userid=>). Steht aber wie hier nur eine Bedeutung - nämlich "aus biologischem Anbau stammend" - in bezug auf die beanspruchten Waren im Vordergrund, hat der Verkehr keine Veranlassung, in irgendeiner Weise an mögliche andere Bedeutungen, die erkennbar keinen Bezug zu diesen Waren aufweisen, zu denken.

Gleiches gilt für den weiteren Bestandteil "basics". Dieses zum englischen Grundwortschatz zählende Wort (vgl Häublein/Jenkins, Thematischer Grund- und Aufbauwortschatz, 2000, S 155) bedeutet in seiner englischen Pluralform "Grundlagen, Basiswissen" (vgl Häublein/Jenkins, aaO; Muret-Sanders, aaO, S 115; The Concise Oxford Dictionary, aaO, S 112). Im Modebereich bezeichnet es dabei klassische, regelmäßig mit nur geringen Veränderungen wiederkehrende alltägli-

che Kleidungsstypen und -formen, die zu vielem kombiniert werden können (vgl. Hofer, aaO, S 63 sowie die Erläuterung des Begriffs "Basics" im Mode-ABC unter <http://www.mode-im-netz.%20de/lib/main.php3?id=000001B345&userid=>). Es handelt sich dabei, wie dem Senat aus eigener Kenntnis bekannt ist, um einen weit verbreiteten und auch den angesprochenen Verbrauchern bekannten Begriff.

Wegen der Bekanntheit dieser beiden geläufigen Begriffe wird der angesprochene Verkehr auch die sprachüblich gebildete Kombination "organic basics" in Bezug auf die beanspruchten Waren der Klasse 25 nur als reinbeschreibenden Hinweis darauf verstehen, dass die damit gekennzeichneten Kleidungsstücke, Kopfbedeckungen, Schuhe und Kleidertaschen aus Stoffen hergestellt sind, die (organisch-) biologischem Anbau entstammen, und als klassische, vielfältig kombinierbare Modelle angeboten werden. In dem gleichen beschreibenden Sinne faßt er "organic basics" auch in bezug auf die weiterhin beanspruchten "Webstoff- und Textilwaren, Bett- und Tischdecken" auf, weil diese Waren ebenfalls vielfach als kombinierbare klassische Grundmodelle erhältlich sind, die zu der Ausstattung jedes Haushalts gehören. Demgegenüber wird er der angemeldeten Wortkombination in bezug auf diese Waren keinen betrieblichen Herkunftshinweis entnehmen, so dass sie insoweit nicht schutzfähig ist.

Durch ihren eindeutigen Sinngehalt unterscheidet sich die angemeldete Bezeichnung auch von den von der Anmelderin erwähnten Marken wie "PROTECH", "uni", "Partner with the best", "YES" und "SMARTWARE", welche der BGH für schutzfähig erachtet hat, weil sich bei ihnen eine unmittelbar beschreibende Bedeutung nicht ermitteln ließ.

2. Einen beschreibenden Begriffsinhalt wird der Verkehr der Anmeldemarke dagegen für die ebenfalls beanspruchten Dienstleistung "Werbung" nicht entnehmen können. Zwar weist der ihm bekannte Begriff "organic" auf einen möglichen Inhalt dieser Werbung, nämlich die auch im Dienstleistungsverzeichnis enthaltene "Werbung für die kontrolliert biologische Landwirtschaft und Tierhaltung" hin, so dass

dieser beschreibende Bestandteil allein eine Schutzfähigkeit der Anmeldemarke nicht zu begründen vermag. Es ist aber nicht feststellbar, dass der weitere Bestandteil "basics" in bezug auf diese Dienstleistung einen bestimmten Bedeutungsinhalt aufweist. In seiner allgemeinen Bedeutung "Grundlagen" ist er in bezug auf Werbung nichtssagend. Auch der Wortkombination, die in Zusammenhang mit dieser Dienstleistung nur als "organische Grundlagen" oder "organisch-biologische Grundlagen" übersetzt werden kann, lässt sich ein eindeutiger Sinngehalt in bezug auf Werbung nicht entnehmen. Zwar können auch die og Produkte Gegenstand der Werbung sein; um das für diese Produkte im Vordergrund stehende Verständnis der Anmeldemarke auf den möglichen Gegenstand der Dienstleistung "Werbung" zu beziehen, bedürfte es aber, da ein solcher Gegenstand sich nicht unmittelbar aufdrängt, weiterer analysierender Betrachtungen, zu welchen der Verkehr im allgemeinen nicht neigt (vgl Althammer/Ströbele, aaO, § 8 Rn 19, 92 und 142). Mangels beschreibenden Inhalts ist die angemeldete Marke daher für diese Dienstleistung schutzfähig.

3. Auf die Beschwerde der Anmelderin war daher der Beschluss der Markenstelle hinsichtlich der Dienstleistung "Werbung" teilweise aufzuheben, während die Beschwerde im übrigen zurückzuweisen war, da die Markenstelle der Anmeldemarke in bezug auf die weiter beanspruchten Waren zu Recht die Eintragung versagt hat.

Dr. Schermer

Albert

Schwarz

Pü