

# BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 165/02

---

**(Aktenzeichen)**

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die IR-Marke 740 992**

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 3. September 2002 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Dr. Schermer, der Richterin Friehe-Wich und des Richters Schwarz

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 15. Mai 2002 aufgehoben.

## **Gründe**

### **I**

Die international unter der Nr IR 740 992 für "CI 25: Gants" geschützte Kennzeichnung

## **WATERGUARD**

soll in Deutschland geschützt werden.

Die Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat durch eine Beamtin des gehobenen Dienstes der Marke den Schutz in Deutschland wegen mangelnder Unterscheidungskraft verweigert, weil die Kennzeichnung von den angesprochenen Verkehrskreisen in der Bedeutung "Wasserschutz" oder "Wasserschutzvorrichtung" verstanden und daher lediglich als Hinweis auf die Wasserdichtigkeit der beanspruchten Handschuhe bzw ihre Eignung zum Schutz vor Nässe angesehen werde.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde der Markeninhaberin. Ihrer Auffassung nach stellt das Zeichen selbst dann, wenn die angesprochenen Verkehrskreise es im Sinne von "Wasserschutz" verstünden, keine Sachangabe für die beanspruchten Handschuhe dar, weil die Wasserdichtigkeit, welche im übrigen in der englischen Sprache üblicherweise mit "waterproof" oder "waterresistant"

ausgedrückt werde, kein typisches Merkmal für diese Waren seien. Aus diesem Grund könne auch ein Freihaltebedürfnis an der Kennzeichnung nicht bestehen.

Wegen sonstiger Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II

Die nach § 165 Abs 5 Nr 1 MarkenG zulässige Beschwerde hat in der Sache Erfolg, weil der Schutzfähigkeit der IR-Marke in der Bundesrepublik Deutschland keine absoluten Hindernisse nach §§ 107, 113 in Verbindung mit § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG entgegenstehen.

Das Zeichen "WATERGUARD" ist entgegen der Ansicht der Markenstelle unterscheidungskräftig im Sinne des § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG. Dieser englischsprachige Begriff kann in Alleinstellung schon unterschiedlich gedeutet werden. In der englischen Sprache steht er nämlich zunächst für "Fluß-, Hafenpolizei; Hafenzollwache" (vgl. LANGENSCHIEDTS ENZYKLOPÄDISCHES WÖRTERBUCH der englischen und deutschen Sprache, Teil I Englisch-Deutsch, 6. Aufl 1981, S 1635; Langenscheidts Großwörterbuch Englisch, Teil II Deutsch-Englisch, S 1183), bezeichnet daneben aber auch - ähnlich dem Begriff "bodyguard" - die für einen Hafen oder einen Fluss mit Polizeiaufgaben betraute (Wach-) Person selbst (vgl. Webster's Third International Dictionary of the English Language Unabridged, 1986, S 2583). Schließlich kann das aus den zum englischen Grundwortschatz gehörenden Begriffen "water" und "guard" zusammengesetzte Zeichen auch im Sinne von "Wasserschutz" oder "Wasserschutzvorrichtung" verstanden werden, weil das Wort "water" als englischer Ausdruck für "Wasser" allgemein bekannt ist und der Begriff "guard" auch - zumal in technischen Zusammenhängen - im Sinne von "Schutz, Schutzvorrichtung" gebraucht wird (vgl. Ernst, Wörterbuch der industriellen Technik, Band II Englisch-Deutsch, 2000, S 589; sa BPatG 33 W (pat) 40/98 – BIKEGUARD, veröffentlicht auf der PAVIS CD-ROM).

Es kann dahinstehen, welche dieser Bedeutungen bei den angesprochenen Verkehrskreisen, bei denen es sich um alle Endverbraucher handelt, in bezug auf die beanspruchten Handschuhe im Vordergrund steht. Denn bei keiner Bedeutung ist zu erwarten, dass sie das Zeichen ausschließlich als Sachangabe über Merkmale dieser Waren und nicht als Hinweis über ihre betriebliche Herkunft ansehen.

Soweit sie das Zeichen im Sinne von "Wasserschutzpolizei" oder "Wasserschutzpolizist" verstehen, bleibt unklar, ob damit im Sinne eines übertragenen Gebrauchs dieses Begriffs eine technische Eigenschaft der Handschuhe selbst oder nur ihr vorrangiger Bestimmungszweck, nämlich einer Verwendung durch Wasserschutzpolizisten, zum Ausdruck kommen soll. Es bedarf daher schon weiterer gedanklicher Überlegungen, damit der Verkehr dem so verstandenen Zeichen einen bestimmten Sinn zuordnen kann; zu solchen analysierenden Betrachtungen neigt der Verkehr aber nicht (st Rspr, vgl BGH GRUR 1992, 515, 516 – Vamos; BGH GRUR 195, 408, 409 – PROTECH).

Aber auch die - zahlenmäßig sicherlich größeren - Teile der angesprochenen Verbraucher, welche das Zeichen im Sinne von "Wasserschutz(vorrichtung)" verstehen, werden darin keine unmittelbare Sachangabe über die so gekennzeichneten Handschuhe sehen. Denn auch in diesem Fall bedürfte es weiterer Überlegungen, um dem Zeichen eine bestimmte Aussage über die Ware "Handschuhe" entnehmen zu können. Es ist nämlich schon nicht klar, ob mit diesem Begriff ein Schutz *des* Wassers, ein Schutz *im* Wasser oder ein Schutz *vor* Wasser gemeint ist. Mit dem Begriff "wasserdicht" kann das Zeichen entgegen der Auffassung der Markenstelle jedenfalls nicht gleichgesetzt werden. Denn zum einen wird - worauf die Markeninhaberin zutreffend hingewiesen hat - die Eigenschaft "wasserdicht" im Englischen, wie dem Verkehr durch zahlreiche Verwendungsbeispiele bekannt ist, mit "waterproof" oder "waterresistant" ausgedrückt. Und zum anderen gibt es auch Kleidungsstücke, die zwar bei Aufenthalt im Wasser eine Schutzfunktion haben, aber nicht wasserdicht sind, wie dies etwa bei Nasstauchanzügen oder -handschuhen aus Neopren der Fall ist, die vorrangig der Kälteisolation dienen, aber

nicht vor der Berührung mit dem Wasser schützen (vgl BROCKHAUS, Die Enzyklopädie in 24 Bänden, 20. Aufl, Band 21, S 582). Auch bei einem Verständnis der Marke "WATERGUARD" als "Wasserschutz(vorrichtung)" wird der Verkehr ihr somit nicht unmittelbar einen eindeutigen beschreibenden Inhalt über die beanspruchten Waren entnehmen können, im Unterschied etwa zu Wortverbindungen, in denen dem Begriff "Guard" die Bezeichnung des Gegenstandes vorangestellt ist, auf den sich der Schutz ohne weiteres verständlich und eindeutig unmittelbar bezieht.

Bleibt somit die Aussage, welche der Marke in bezug auf die beanspruchten Waren entnommen werden kann, undeutlich und verschwommen, gibt es weder einen Anhaltspunkt dafür, ihr die nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG erforderliche Unterscheidungskraft abzusprechen (st Rspr, vgl zuletzt BGH WRP 2002, 1073, 10775 – BONUS II), noch ist sie als beschreibende Angabe zugunsten der Mitbewerber freizuhalten (§ 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG).

Dr. Schermer

Friehe-Wich

Schwarz

Pü