



# BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 86/02

---

(Aktenzeichen)

Verkündet am  
26. Februar 2003

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Marke 399 47 122.7 S 55/01 Lösch**

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 26. Februar 2003 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Albert sowie des Richters Kraft und der Richterin Eder

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

**Gründe**

**I.**

Die Antragsgegnerin ist Inhaberin der Wortmarke 399 47 122.7

**LARGE**

die seit dem 8. August 2000 für die Waren

"Rohtabak, verarbeiteter Tabak und Tabakfabrikate, insbesondere Zigaretten; Raucherartikel, nämlich Tabakdosen, Zigarren- und Zigarettenspitzen, -etuis, Aschenbecher (sämtliche vorgenannten Waren nicht aus Edelmetall oder damit plattiert), Pfeifenständer, -reiniger, -bestecke, Zigarrenabschneider, Tabakpfeifen, -beutel, Feuerzeuge, Taschenapparate zum Selbstdrehen von Zigaretten, Zigarettenpapier, Zigarettenfilter, Zigarettenhülsen, Feuchthalter für Tabakwaren; Streichhölzer"

im Markenregister eingetragen ist.

Die Antragstellerin hat am 13. Februar 2001 die Löschung dieser Marke mit der Begründung beantragt, bei dieser Kennzeichnung handele es sich um eine ohne weiteres verständliche Beschaffenheitsangabe, die auch in Zukunft zur unmittelbaren, schlagwortartigen Beschreibung der Länge von Tabakerzeugnissen zur Verfügung stehen müsse.

Die Antragsgegnerin hat dem ihr am 23. März 2001 zugestellten Löschungsantrag innerhalb der Zweimonatsfrist widersprochen. In Alleinstellung stelle das angegriffene Markenwort "LARGE" für die betreffenden Waren keine konkrete beschreibende Angabe dar. Es entbehre deshalb auch nicht der erforderlichen Unterscheidungskraft. Ebenso wenig sei ein Freihaltebedürfnis erkennbar.

Die Markenabteilung 3.4. des Deutschen Patent- und Markenamts hat dem Löschungsantrag teilweise stattgegeben und die Marke mit Beschluß vom 19. Februar 2002 für die Waren "Tabakfabrikate, insbesondere Zigaretten" gemäß § 50 Abs 1 Nr 3 MarkenG gelöscht. Zur Begründung hat die Markenabteilung ausgeführt, der angegriffenen Marke habe sowohl im Zeitpunkt der Eintragung als auch zum Zeitpunkt ihrer Entscheidung in dem genannten Umfang jegliche Unterscheidungskraft (§§ 50 Abs 2, 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG) gefehlt. Bei dem Begriff "LARGE" handele es sich um eine Bezeichnung, die seit langem als Hinweis für Tabakfabrikate wie etwa Zigaretten verwendet werde, die von der durchschnittlichen Produktgröße abwichen. Der Verkehr sei auch an die Verwendung dieser Größenangabe für die genannten Waren gewöhnt und werde die aus sich heraus verständliche Bezeichnung lediglich als Sachhinweis auffassen. Eine Mehrdeutigkeit des Markenwortes, die so weit gehe, daß ein konkreter, beschreibender Inhalt nicht mehr feststellbar sei, liege entgegen den Ausführungen der Markeninhaberin nicht vor.

In bezug auf die weiteren von der angegriffenen Marke beanspruchten Waren habe dagegen kein Freihaltungsbedürfnis vorgelegen noch habe der Marke insoweit die erforderliche Unterscheidungskraft gefehlt.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Antragsgegnerin. Nach ihren Feststellungen werden nur die Angaben "Long" und "King Size" auf dem Gebiet der Tabakfabrikate als Größenangaben verwendet. Die Angabe "LARGE" werde dagegen auf dem Gebiet der Tabakfabrikate, insbesondere Zigaretten, nicht als Größenangabe eingesetzt. Die Bezeichnung "LARGE" zeichne sich im übrigen durch eine Vielfalt von Bedeutungen aus. Abgesehen von der Verwendung als Größenangabe auf dem Bekleidungssektor mache das Adjektiv "LARGE" in Alleinstellung auch keinen Sinn. Als Marke etwa auf einer Zigarettenpackung eigne sich die Bezeichnung "LARGE" mithin sehr wohl als Hinweis auf einen bestimmten Geschäftsbetrieb. Da die auf dem Gebiet der Tabakfabrikate gängigen Größenangaben seit langem etabliert seien, bestehe auch kein Bedürfnis, daß der Begriff "LARGE" zur Größenbezeichnung freigehalten werde, zumal der Trend ohnehin zu kleineren Zigaretten gehe.

Demgemäß beantragt die Antragsgegnerin,

den angefochtenen Beschluß aufzuheben, soweit die Löschung der Marke für "Tabakfabrikate, insbesondere Zigaretten" angeordnet wurde.

Die Antragstellerin stellte den Antrag,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Ihrer Ansicht nach versteht der angesprochene inländische Verkehr das englische Wort "LARGE" als Hinweis auf eine besondere Größe der beanspruchten Tabakfabrikate. Entgegen der Auffassung der Beschwerdeführerin werde das angegriffene Zeichen nicht nur auf dem Bekleidungssektor, sondern allgemein als Größenangabe verstanden. Aufgrund der eindeutig warenbeschreibenden Bedeutung der angegriffenen Bezeichnung für die Waren "Tabakfabrikate, insbesondere Zigaretten" fehle ihr auch jegliche Unterscheidungskraft.

## II.

Die zulässige Beschwerde erweist sich als unbegründet, denn in dem von der Markenabteilung festgestellten Umfang stand und stehen der angemeldeten Marke Schutzhindernisse entgegen (§ 50 Abs 1 Nr 3, Abs 2 und Abs 4 iVm § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG).

1. Nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG sind alle Kennzeichnungen von der Eintragung als Marke ausgeschlossen, die im Verkehr ua zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale der Waren dienen können. Wenngleich ein Schutzhindernis iSd genannten Bestimmung insbesondere dann vorliegt, wenn die angemeldete Bezeichnung bereits auf dem betreffenden Warengbiet als eindeutige Sachaussage benutzt wird, bedarf es für die Begründung des Eintragungsverbots nicht der Feststellung, daß der in Alleinstellung als Marke beanspruchte Begriff auf dem Warengbiet, welches der Anmeldung zugrunde liegt, als Eigenschaftswort bereits Eingang gefunden hat (vgl BGH BIPMZ 1996, 498 – MEGA). Vielmehr genügt es, wenn die betreffende Bezeichnung zur Beschreibung der beanspruchten Warengruppe dienen kann (vgl EuGH MarkenR 1999, 189 Rdn 35 – Chiemsee). Zu diesen Angaben gehört die Anmeldung "LARGE".

Wie bereits die Markenabteilung zutreffend festgestellt hat, handelt es sich bei der angemeldeten Bezeichnung "LARGE" um ein englisches Adjektiv, dessen Bedeutung "groß" dem inländischen deutschen Verkehr weitgehend geläufig ist. Die Anmelderin räumt insoweit selbst ein, daß "Large" häufig auf dem Bekleidungssektor als Größenangabe verwendet wird. Damit ist die Anmeldung "LARGE" geeignet, ein bestimmtes Merkmal der versagten "Tabakfabrikate" zu beschreiben.

Die dagegen von der Anmelderin vorgebrachten Einwände greifen nicht durch. Daß auf dem Tabakwarenssektor als Größenangaben für Zigaretten bislang nur die englischsprachigen Bezeichnungen "King Size", "Long Size", "Long Line" oder "Superlong" verwendet werden, macht eine zukünftige Verwendung von "LARGE"

- als weitere Größenangabe – nicht unwahrscheinlich. Vielmehr sprechen die bisher verwendeten Größenangaben dafür, daß das Format bzw die Größe von Zigaretten für die beteiligten Verkehrskreise und damit für die Mitbewerber der Anmelderin von erheblicher Bedeutung sind. Da die englische Sprache auf dem Tabakwarenssektor ohnehin dominiert (vgl zB "West", "Test it."), schließt auch die von der Anmelderin angeführte Tendenz hin zu kleineren Zigarettengrößen die generelle Eignung von "LARGE" zur Verwendung als Größenangabe für "Tabakfabrikate" nicht aus.

2. Nach Ansicht des Senats weist die angemeldete Marke "LARGE" auch nicht die gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG erforderliche Unterscheidungskraft auf.

Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die der Anmeldung zugrundeliegenden Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden. Hierbei ist zwar grundsätzlich ein großzügiger Maßstab anzulegen, dh jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um dieses Schutzhindernis zu überwinden. Einer Wortmarke kann danach eine ausreichende Unterscheidungskraft nur zugesprochen werden, wenn ihr kein für die beanspruchten Waren im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden kann und es sich auch nicht um eine gebräuchliche Bezeichnung handelt, die vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung im Verkehr (vgl BGH BIPMZ 1998, 448 – TODAY) - stets nur als solche verstanden wird (BGH MarkenR 1998, 349 – YES).

Hiervon ausgehend erschöpft sich die hier in Rede stehende Bezeichnung – wie dargelegt – in einer dem angesprochenen Verkehr ohne weiteres verständlichen Beschreibung der versagten Waren. An der Verständlichkeit des englischen Begriffs "large" für den inländischen Verkehr bestehen keine Zweifel. Die von der Inhaberin der angegriffenen Marke angeführte Mehrdeutigkeit des Markenwortes nimmt ihm angesichts seiner Verständlichkeit und dem offensichtlichen Bezug zu

den versagten Waren nicht den im Vordergrund stehenden beschreibenden Charakter.

Demgemäß war der Beschwerde der Erfolg zu versagen.

Für eine Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen (§ 71 Abs 1 MarkenG) bestand kein Anlaß.

Vorsitzender Richter Albert ist  
infolge Urlaubs an der Unter-  
schriftsleistung gehindert

Eder

Kraft

Kraft

Bb/Fa