



BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 6/04

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 301 70 374.4

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 8. November 2005 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele, des Richters Guth und der Richterin Kirschneck

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 11 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 18. November 2003 aufgehoben.

Gründe

I.

Die Wortmarke

SMARTSAUNA

ist zunächst für verschiedene Waren der Klassen 5, 10 und 11 zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden.

Mit Beschluss vom 18. November 2003 hat die Markenstelle für Klasse 11 des Deutschen Patent- und Markenamts, besetzt mit einem Beamten des höheren Dienstes, die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft und als beschreibende Angabe gemäß §§ 37 Abs 1, 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG zurückgewiesen.

Die Zurückweisung wird im wesentlichen damit begründet, die angemeldete Marke setze sich aus den Bestandteilen "SMART" und "SAUNA" zusammen. Das ursprünglich englische Wort "smart" sei in den deutschen Sprachgebrauch eingegangen und bezeichne unter anderem "gerätetechnische Intelligenz", die auch einfachere Geräte oder Werkstoffe wie etwa Heizungsgeräte haben könnten. In ihrer Gesamtheit beschreibe die angemeldete Wortkombination daher eine Sauna, die mit hochwertiger Elektronik ausgestattet sei. Auch wenn dieses Wort derzeit noch nicht als beschreibende Angabe nachgewiesen werden könne, sei es doch

sprachüblich und allgemeinverständlich gebildet, so dass es ohne weiteres als beschreibende Angabe verstanden werde und daher unter die Eintragungshindernisse des § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG falle.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, die im Beschwerdeverfahren das Warenverzeichnis auf

"Kl. 11: Vorgefertigte Bade- und Wärmekabinen und deren Teile; Saunakabinen und deren Teile; Dampfbadkabinen und deren Teile; sämtliche vorgenannten Waren aus Holz und/oder Kunststoff"

beschränkt hat.

Sie beantragt,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

Bei der angemeldeten Marke handele sich für die ursprünglich beanspruchten Waren nicht um eine beschreibende Angabe, sondern um eine Wortneuschöpfung, die allenfalls undeutliche begriffliche Vorstellungen erwecke. Insbesondere sei der Wortbestandteil "smart" mehrdeutig und beinhalte hinsichtlich der hier angemeldeten Waren nur vage Interpretationsmöglichkeiten. Weiterhin sei darauf hinzuweisen, dass das Deutsche Patent- und Markenamt zahlreiche Marken mit dem Bestandteil "smart" eingetragen habe. Jedenfalls aber stelle die angemeldete Marke für die nach Einschränkung des Warenverzeichnisses verbliebenen Waren keine Sachangabe oder Werbeaussage dar.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten sowie die Rechercheergebnisse des Senats, die der Anmelderin übersandt worden sind, Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache auch Erfolg. Nach Auffassung des Senats stehen der Eintragung der angemeldeten Marke für die noch verfahrensgegenständlichen Waren die Schutzhindernisse des § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG nicht entgegen.

1. Der angegriffenen Marke fehlt nicht die gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG erforderliche Unterscheidungskraft.

Unterscheidungskraft im Sinn der genannten Bestimmung ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, die Waren oder Dienstleistungen, für welche die Eintragung beantragt wird, als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und diese Waren oder Dienstleistungen von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl ua EuGH GRUR 2002, 804, 806 - Nr 35 - "Philips"; GRUR 2003, 514, 517 - Nr 40 - "Linde ua"; GRUR 2004, 428, 431 - Nr 48 - "Henkel"; GRUR 2004, 1027, 1029 - Nr 33, 42 - "DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT"). Keine Unterscheidungskraft besitzen nach der Rechtsprechung vor allem solche Marken, denen die angesprochenen Verkehrskreise für die fraglichen Waren oder Dienstleistungen lediglich einen im Vordergrund stehenden sachbezogenen Begriffsinhalt zuordnen (EuGH GRUR 2004, 674, 678 - Nr 86 - "Postkantoor"). Dies ist hier nach Einschränkung des Warenverzeichnisses nicht mehr der Fall.

Wie bereits die Markenstelle festgestellt hat, ist das angemeldete zusammengesetzte Substantiv aus den Wortteilen "SMART" und "SAUNA" gebildet. Der erste Wortteil "SMART" wird in der Bedeutung von "intelligent, mit künstlicher, elektronischer Intelligenz ausgestattet" verwendet, was die Rechtsprechung schon wiederholt festgestellt hat (vgl ua etwa Loskant, Das neue Trendwörter LEXIKON, 1998, Stichwort "Smart..."; BPatG 24 W (pat) 56/03 "Smartcooler"; BPatG 27 W (pat) 190/03 "smartModule", Zusammenfassung jeweils veröffent-

licht auf PAVIS PROMA CD-ROM). Der zweite Wortteil "SAUNA" bezeichnet einen für Saunabäder (Schwitzbäder) bestimmten Raum mit hölzernen oder holzverkleideten Wänden (vgl Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 5. Aufl, Stichwort "Sauna"). Durch die Internetrecherche des Senats konnte außerdem nachgewiesen werden, dass Saunas elektronisch gesteuert, solche Steuerungen oder gesteuerte Einrichtungen als "smart" oder "intelligent" bezeichnet werden und dass zur Beschreibung derartiger Geräte sogar der Begriff "Smart Sauna Steuerung" verwendet wird (vgl <http://www.weigand-sauna.de/Sauna/Saunazubehoer/Saunaofen/saunaofen.html>). In Verbindung mit den ursprünglich angemeldeten Waren drängt sich für die angesprochenen Verkehrskreise somit die beschreibende Bedeutung "intelligente, sich selbstständig regelnde bzw steuernde Sauna" auf.

Für die noch verfahrensgegenständlichen Waren ist jedoch nicht erkennbar, dass die angemeldete Marke als Sach- oder Werbeangabe verstanden werden könnte. Nachdem das Warenverzeichnis nunmehr nur noch ausschließlich aus Holz und/oder Kunststoff bestehende Bade-, Wärme-, Sauna- und Dampfbadkabinen sowie deren Teile enthält, also elektronische Sensoren, Regelungsmechanismen und Steuerungen ausgeschlossen sind, weist die Bezeichnung "SMART" keine beschreibende Bedeutung für die noch beanspruchten Waren auf. Der Senat konnte auch nicht ermitteln, dass es spezielle aus Holz und/oder Kunststoff bestehende Bade-, Wärme-, Sauna- und Dampfbadkabinen sowie deren Teile gibt, die zur Herstellung einer intelligenten, sich selbstständig regelnden bzw. steuernden Sauna geeignet und bestimmt sind und sich in der Beschaffenheit und/oder Design von solchen Waren zu anderen Zwecken unterscheiden.

2. Auch der Eintragungsversagungsgrund des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG liegt nicht vor.

Nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG sind von der Eintragung solche Marken ausgeschlossen, die nur aus Angaben bestehen, die im Verkehr ua zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit oder sonstiger Merkmale der Waren oder Dienstleistungen dienen können (vgl BGH GRUR 2000, 882, 883 "Bücher für eine bessere Welt"; EuGH Mitt 2004, 28, 29 - Nr 29 ff - "Doublemint"). Solche Zeichen oder Angaben müssen im Allgemeininteresse allen Unternehmen zur freien Verfügung belassen werden (vgl EuGH GRUR 2004, 674, 676 – Nr 54, 55 - "Postkantoor"; EuGH GRUR 2004, 680, 681 – Nr 34 ff - "BIOMILD"). Es ist daher zu prüfen, ob die angemeldete Marke gegenwärtig eine Beschreibung der Merkmale der betreffenden Waren und Dienstleistungen darstellt oder ob dies vernünftigerweise für die Zukunft zu erwarten ist (EuGH GRUR 2004, 674, 676 - Nr 53, 56 - "Postkantoor"). Weil der Senat aber - wie oben näher ausgeführt - nicht feststellen konnte, dass das Wort "SMARTSAUNA" für die Waren, die noch Gegenstand der Entscheidung sind, als Sachangabe in Betracht kommt, ist nicht erkennbar, dass die angemeldete Marke zur Beschreibung irgendwelcher Merkmale dieser Produkte geeignet sein könnte.

Dr. Ströbele

Kirschneck

Guth

Bb