



BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 135/04

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 303 32 663.8

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts unter Mitwirkung ...

in der Sitzung vom 18. Oktober 2006

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 30 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 5. Mai 2004 und vom 11. Februar 2004 aufgehoben.

Gründe

I.

Die Bezeichnung

Osterparade

ist als Marke für die Waren

„Kakao, Schokolade, Pralinen, Marzipan, Zuckerwaren, Bonbons, Gummisüßwaren, Schaumzuckerwaren, Lakritz, nicht für medizinische Zwecke, feine Back- und Konditorwaren, geröstete Nüsse in Schokoladenhülle und dragiert, Rosinen in Schokoladenhülle“

zur Eintragung in das Register angemeldet.

Mit zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, hat die Markenstelle für Klasse 30 des Deutschen Patent- und Markenamts die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Die Erinnerungsprüferin hat die Frage, ob die Eintragung auch dem Ausschließungsgrund des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG unterliegt, offen gelassen. Der Bestandteil „Parade“ bezeichne zwar ursprünglich einen prunkvollen Aufmarsch, insbesondere im militärischen Bereich, habe aber auch die Bedeutung, etwas der Öffentlichkeit zu präsentieren, zur Schau zu stellen, offen zu zeigen oder an die Öffentlichkeit zu bringen. In dieser Bedeutung finde das Wort auch in der Werbung Verwendung. In der Gesamtheit weise die angemeldete Bezeichnung in Bezug auf die beanspruchten Waren lediglich darauf hin, dass diese anlässlich des Osterfestes an die Öffentlichkeit gebracht werden. Dieser Bedeutungsgehalt erschließe sich ohne weiteres, da es üblich sei, zu Ostern Süßwaren in besonderen Formen, wie Eiern, Hasen oder Lämmern, oder als spezielle Ostersortimente in Osterdekorationen anzubie-

ten. Der Verkehr verbinde daher mit dem Begriff „Osterparade“ keinen Hinweis auf ein bestimmtes Unternehmen.

Gegen diese Beurteilung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie macht geltend, dass der Begriff „Osterparade“ weder Merkmale der beanspruchten Waren noch für den Warenverkehr bedeutsame Umstände (unmittelbar) beschreibe. Das angemeldete Markenwort werde ausschließlich in seiner tatsächlichen Bedeutung im Sinne von „prunkvoller Aufmarsch zu Ostern“, nicht aber als Bezeichnung für Süßigkeiten verwendet. Es handle sich bei „Osterparade“ auch nicht um ein Wort, das wegen einer entsprechenden Verwendung im Verkehr nicht als Unterscheidungs mittel verstanden werde. Im Übrigen verweist die Anmelderin auf ihrer Meinung nach vergleichbare Voreintragungen mit den Bestandteilen „Oster-“ und „-parade“.

Die Anmelderin beantragt (sinngemäß),

die angefochtenen Beschlüsse der Markenstelle aufzuheben und die angemeldete Marke einzutragen.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde der Anmelderin hat in der Sache Erfolg. Die angemeldete Marke ist weder wegen fehlender Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG noch als beschreibende freihaltungsbedürftige Angabe gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen.

Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einem Zeichen innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Denn die Hauptfunktion einer Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (st. Rspr.; EuGH GRUR Int. 2005, 1012, Rdn. 27 ff. - BioID; BGH GRUR 2003, 1050 - Cityservice; GRUR 2006, 850, 854 - FUSSBALL WM 2006).

Der Begriff „Osterparade“ stellt die Übersetzung des englischsprachigen „Easter parade“ dar. Im anglo-amerikanischen Kulturkreis sind so bezeichnete Aufzüge zur Osterzeit verbreitet. In Deutschland ist dieser Brauch - und somit auch das Wort „Osterparade“ - aber nicht allgemein bekannt.

Der angemeldeten Bezeichnung kann in ihrer Gesamtheit ein ausschließlich produktbeschreibender oder lediglich anpreisender Charakter hinsichtlich der beanspruchten Waren nicht entnommen werden. Auch wenn die Markenmeldung Waren umfasst, die aus Anlass des Osterfestes und des damit verbundenen Geschäfts speziell mit für Ostern typischen Symbolen und Farben gestaltet oder dekoriert sein können, ist bei der gebotenen Gesamtbetrachtung des Zeichens (vgl. BGH GRUR 2001, 162 - RATIONAL SOFTWARE CORPORATION) ein unmittelbar beschreibender Bezug hinsichtlich dieser Waren nicht mit der zur Schutzverweigerung erforderlichen Sicherheit zu erkennen. Die Bezeichnung „Osterparade“ stellt keinen so geläufigen Begriff dar, dass sie im Zusammenhang mit den genannten Waren stets nur in ihrer unmittelbaren Wortbedeutung und nicht als individuelle Kennzeichnung verstanden wird. Die von der Markenstelle im Internet ermittelte Verwendung des Begriffs „Osterparade“ durch ein bestimmtes Café für seine Osterhasenkollektion ist nicht geeignet zu belegen, dass der Begriff von den angesprochenen Verkehrskreisen stets als Sachangabe und nicht als individueller betrieblicher Herkunftshinweis verstanden wird. Denn es kommt nicht ohne weiteres zum Ausdruck, in welcher Hinsicht die beanspruchten Waren oder damit in

engem Zusammenhang stehende Umstände beschrieben werden sollten. Die Bezeichnung bleibt vielmehr unspezifisch und verschwommen, so dass nicht ausgeschlossen werden kann, dass der Verkehr das Zeichen als betrieblichen Herkunftshinweis auffasst.

Die angemeldete Bezeichnung unterliegt auch nicht dem Ausschlussgrund des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Nach dieser Bestimmung sind solche Marken dem Registerschutz nicht zugänglich, welche ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr u. a. zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder sonstiger Merkmale der angemeldeten Waren (oder Dienstleistungen) dienen können. Nach der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs verfolgt die mit Art. 3 Buchstabe c) Markenrichtlinie übereinstimmende Bestimmung des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG das im Allgemeininteresse liegende Ziel, dass Zeichen oder Angaben, die Merkmale der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen beschreiben, von allen frei verwendet werden können. Sie erlaubt es daher nicht, dass solche Zeichen oder Angaben aufgrund ihrer Eintragung nur einem Unternehmen vorbehalten werden (vgl. EuGH GRUR 1999, 723, 725 (Nr. 25) - Chiemsee; GRUR 2004, 146, 147 (Nr. 31) - DOUBLEMINT; GRUR 2004, 674, 676 (Nr. 54, 56) - Postkantoor; GRUR 2004, 680, 681 (Nr. 35, 36) - BIOMILD). Der Bezeichnung „Osterparade“ fehlt jedoch die Eignung zur Merkmalsbezeichnung in diesem Sinne. Den Bestandteilen, aus denen das Markenwort zusammengesetzt ist, mag zwar in Bezug auf die beanspruchten Waren ein beschreibender Anklang entnommen werden können. Sie verbinden sich aber in ihrer Kombination nicht zu

einer die Eigenschaften der Waren unmittelbar beschreibenden Angabe, die dem Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG unterliegt.

Die angefochtenen Beschlüsse waren daher aufzuheben.

gez.

Unterschriften