



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 40/06

(Aktenzeichen)

Verkündet am
2. Mai 2007

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 305 51 341.9

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 2. Mai 2007 unter Mitwirkung ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Markenstelle für Klasse 21 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschluss vom 2. Februar 2006 die Anmeldung der Wortmarke

Platinum Glas

für die Waren der Klasse 21:

Waren aus Glas, Porzellan und Steingut für Haushalt und Küche;
Kunstgegenstände aus Glas, Porzellan und Steingut (soweit in
Klasse 21 enthalten)

gemäß §§ 37 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, dass die angemeldete Wortfolge für die in Anspruch genommenen Waren jeglicher Unterscheidungskraft entbehre. Der Begriff „Platinum“ sei dem inländischen Publikum jedenfalls wegen seiner Ähnlichkeit zu dem deutschen Begriff „Platin“ geläufig. Im sprachüblich gebildeten Zusammenhang mit dem nachgestellten Begriff „Glas“ werde die Wortkombination zumindest von einem beachtlichen Teil des Verkehrs als mit Platin veredeltes Glas verstanden. Das gelte gerade im Hinblick auf die beanspruchten Waren. So werde in der maßgeblichen Branche häufig werbemäßig die Verwendung von Edelmetallen wie Gold und Platin hervorgehoben, um auf die Hochwertigkeit der Produkte hinzuweisen. Es handele sich auch nicht um eine ungewöhnliche Wortkombination. So sei den Verbrauchern bekannt, dass Metalle wie Gold, Silber oder Platin zur Verzierung

und Veredelung von Glas oder Porzellan häufig verwendet würden. Dementsprechend existierten entsprechend gebildete Begriffe wie „Kristallglas“ oder „Ornamentglas“. In diese Art der Wortverbindungen füge sich die angemeldete Marke „Platinum Glas“ ohne Weiteres ein und werde jedenfalls von einem erheblichen Teil der maßgeblichen Verbraucher dementsprechend als Hinweis auf mit Platin veredeltes Glas verstanden. Die Frage, ob daneben noch ein Freihaltebedürfnis bestehe, könne bei dieser Sachlage dahingestellt bleiben.

Hiergegen wendet sich die Anmelderin mit der Beschwerde, mit der sie die Aufhebung des Beschlusses begehrt. Sie ist der Auffassung, die angemeldete Marke verfüge über die erforderliche Unterscheidungskraft. Bei der angemeldeten Wortfolge handele es sich um ein fantasievolles Zeichen, da es weder das Wort „Platinglas“ noch ein entsprechendes Material gebe. Es sei im Zusammenhang mit Steingut, mit Porzellan und insbesondere auch mit Glaswaren besonders originell und eigentümlich. Die Verbraucher wüssten, dass es sich bei Platin um ein besonders wertvolles Edelmetall handele, das etwa im Zusammenhang mit Schmuck und in der Industrie im Zusammenhang mit Zahnersatz, Thermoelementen, Heizleitern, Kontaktwerkstoffen, Katalysatoren, Wasserstoffspeichern, Magnetwerkstoffen und ähnlichem verwendet werde. Die Verwendung von Platin sei den maßgeblichen deutschen Verkehrskreisen im Zusammenhang mit Glaswaren für Haushalt und Küche aber völlig unbekannt und fremd. Zwar komme Platin als Farbbezeichnung zur Beschreibung der Farbe von Kaffeemaschinen, Handys oder schnurlosen Telefonen in Betracht, nicht aber für Glaswaren. Der Verbraucher kenne die Glassorten Bleikristall, Kristallglas, Bleiglas oder auch Ornamentglas, nicht aber „Platinglas“.

Vorsorglich macht Anmelderin geltend, die Marke sei auch nicht Freihaltebedürftig.

II.

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet. Die Markenstelle hat zutreffend entschieden, dass der Eintragung der angemeldeten Marke für die beanspruchten Waren das absolute Schutzhindernis der mangelnden Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegensteht.

Nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG können Marken nicht eingetragen werden, denen für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft fehlt. Unterscheidungskraft im Sinne der in Frage stehenden Vorschrift ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solcher anderer Unternehmen aufgefasst zu werden (BGH GRUR 2000, 502, 503 – St. Pauli Girl; GRUR 2005, 258, 259 - Roximycin). Dabei ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, d. h. jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden. Die Unterscheidungskraft einer Marke ist zu bejahen, wenn ihr für die Waren oder Dienstleistungen, für die sie in Anspruch genommen wird, kein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden kann und es sich auch sonst nicht um ein Wort der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache handelt, das vom Verkehr – etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung – stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird (stdg. Rspr., BGH GRUR 2001, 1151, 1152 – marktfrisch; GRUR 2003, 1050 – Cityservice; GRUR 2005, 517, 518 - BerlinCard). Bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft ist einerseits auf die in Anspruch genommenen Waren, andererseits auf die vermutete Wahrnehmung eines durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers dieser Waren abzustellen (EuGH GRUR 2003, 604, 605 - Libertel; GRUR 2004, 943, 944 – SAT.2). Werden zwei rein beschreibende Begriffe zu einem einzigen zusammengesetzt, so bleibt der Gesamtbegriff ungeachtet des Vorliegens einer Wortneuschöpfung von der Eintragung ausgeschlossen, wenn sich

durch die Wortkombination kein über den bloß beschreibenden Inhalt jedes einzelnen Wortbestandteils hinausgehender weitergehender Sinngehalt ergibt (EuGH GRUR 2004, 680, 682, EG 43 – biomild).

Nach diesen Grundsätzen steht der Eintragung der angemeldeten Marke im Hinblick auf die angemeldeten Waren der Versagungsgrund des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen. Der Wortkombination „Platinum Glas“ wird der Verkehr keinen über die beschreibende Bedeutung der beiden Wörter hinausgehenden Sinngehalt beilegen, wie für die Eignung als Herkunftshinweis erforderlich, sondern er wird darin, wie die Markenstelle bereits zutreffend ausgeführt hat, allein eine Sachbeschreibung für die betreffenden Waren erkennen. Jedenfalls für die angemeldeten Waren aus Glas und Porzellan für Haushalt und Küche sowie für Kunstgegenstände, die aus diesen Materialien gefertigt sind, gilt, dass der Verkehr aufgrund der ihm bekannten Bedeutung der Begriffe „Platin“, den ein maßgeblicher Teil der angesprochenen Verkehrskreise in dem englischen Begriff „platinum“ aufgrund seiner Ähnlichkeit erkennt, und „Glas“ ohne Weiteres annehmen wird, bei der Verarbeitung sei neben Glas auch Platin verwendet worden. Denn dem Verkehr sind Gegenstände wie Gläser und Geschirrserien bekannt, in die nicht nur ein Glasdekor, sondern auch etwa platinfarbene Bänder oder andere platinfarbene Ornamente oder sonstige Dekorelemente eingearbeitet sind. Derartige Gegenstände sind in zahlreichen Varianten auf dem Markt erhältlich, was die Anmelderin als solches nicht in Abrede gestellt hat. Selbst wenn der Verkehr möglicherweise das Edelmetall Platin für zu kostbar hält, um tatsächlich für derartige Gegenstände verwendet zu werden, schließt er wenigstens auf eine platinfarbene Farbgestaltung, denn die Verwendung der Namen von Edelmetallen als Farbangabe ist ihm im hier relevanten Bereich etwa im Hinblick auf den Begriff „Golddekor“ oder „Goldband“ bekannt, das ebenfalls zumeist nicht unter Verwendung der Originalrohstoffe Gold hergestellt wird. Das gilt entgegen der Auffassung der Anmelderin auch dann, wenn der Begriff „Platinglas“ tatsächlich nicht existiert. Maßgeblich ist, dass der Verkehr an Begriffe wie Bleikristall und Kristallglas gewöhnt ist, ohne dass ihm näher bekannt sein dürfte, aus welchen Bestandteilen Waren,

die diese Bezeichnung tragen, im Einzelnen hergestellt sind. Entscheidend ist, dass diese Begriffe aus der Sicht des Verkehrs, auf die maßgeblich abzustellen ist, die Existenz solcher Bestandteile wie Blei oder der Beschaffenheit von Kristall ernsthaft nahe legen. Daher schließt ein nicht unbeachtlicher Teil des Verkehrs ohne Weiteres auch auf die Verwendung von Platin und Glas bei der Herstellung der genannten Waren, mithin auf Eigenschaften der Waren, nicht aber auf eine Bezeichnung, die geeignet sein soll, Waren von denen anderer Hersteller zu unterscheiden. Im Hinblick auf Waren aus Steingut liegt dies ebenfalls nahe, auch wenn das verwendete Grundmaterial nicht Glas ist. Jedoch ist es angesichts der äußerst fantasievollen Gestaltung der auf dem Markt befindlichen Waren aus Steingut für den angesprochenen Verkehr äußerst wahrscheinlich, bei der Bezeichnung „PLATINUM GLAS“ an einzelne Bestandteile dieser Waren, etwa an verwendete Dekorelemente aus Glas oder platinfarbenen Material und damit an einen Hinweis auf vorhandene Eigenschaften der Waren zu denken, nicht aber an einen Hinweis auf die Herkunft der Waren.

Ob daneben ein Freihaltebedürfnis im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG zu bejahen ist, muss nach alledem nicht mehr entschieden werden.

gez.

Unterschriften