



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 63/06

(Aktenzeichen)

Verkündet am
6. Mai 2008

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 305 26 853.8

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündlichen Verhandlung vom 6. Mai 2008 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Abrecht sowie die Richter Dr. van Raden und Schwarz

beschlossen:

Auf die Beschwerde wird der Beschluss der Markenstelle vom 4. Mai 2006 aufgehoben.

Gründe

I

Die Markenstelle für Klasse 18 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschluss vom 4. Mai 2006 die Anmeldung der Wortfolge

Royal Shopper

als Wortmarke für die Waren

Klasse 12: Einkaufs-, Transport-, Kofferroller und Fahrradanhänger;

Klasse 18: Einkaufstaschen, Taschen mit Rollen, Handtaschen, Reisetaschen;

Klasse 20: Korbwaren

nach § 37 Abs. 1, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG als nicht unterscheidungskräftige Angabe mit der Begründung zurückgewiesen, die angesprochenen Verkehrskreise würden die angemeldete Wortfolge nur als die beanspruchten Waren beschreibende Angabe verstehen, weil sie aus dem für „Einkaufsroller“ und „Einkaufstaschen“ bereits geläufigen beschreibenden englischen Begriff „Shopper“ und dem auf dem einschlägigen Warenssektor als werbeüblichen Hinweis auf ein edles Aussehen und eine hochwertige Verarbeitung gebräuchlichen Begriff „Royal“ sprachüblich zusammengesetzt sei.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde des Anmelders, mit der er sinngemäß beantragt,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 18 vom 4. Mai 2006 aufzuheben.

Er beschränkt hierzu das Warenverzeichnis auf die Waren „*Klasse 12: Einkaufs-, Transport-, Kofferroller und Fahrradanhänger*“, für welche er die Anmeldemarke für schutzfähig hält, weil der Bestandteil „Royal“ bereits mehrfach für eintragbar erachtet worden sei und der von ihm erfundene und in Einzelstellung bereits als Marke eingetragene Begriff „Shopper“ nicht als gültige Bezeichnung für Einkaufsroller angesehen werden könne.

II

A. Die nach § 66 MarkenG zulässige Beschwerde hat nach der Einschränkung des Warenverzeichnisses Erfolg, denn für die Waren „*Einkaufs-, Transport-, Kofferroller und Fahrradanhänger*“ ist die angemeldete Kennzeichnung nicht wegen Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft nach § 37 Abs. 1, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen.

1. Entgegen der Ansicht der Markenstelle kann der angemeldeten Bezeichnung unter Zugrundelegung des gebotenen großzügigen Maßstabs (st. Rspr., vgl. BGH, GRUR 1995, 408 [409] – PROTECH; BGH GRUR 2001, 413, 415 - SWATCH) nicht die Eignung nicht abgesprochen werden, von den Abnehmern der beanspruchten Waren als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden (st. Rspr., vgl. EuGH MarkenR 2003, 187, 190 [Rz 41] - Gabelstapler, WRP 2002, 924, 930 [Rz. 35] – Philips/Remington; BGH GRUR 2000, 502, 503 - St. Pauli Girl; GRUR 2000, 720, 721 – Unter Uns). Entgegen der Ansicht der Markenstelle werden die durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen (vgl. EuGH

GRUR 2003, 604, 605 – Liberte!; GRUR 2004, 943, 944 – SAT 2) Abnehmer nämlich in der Kennzeichnung noch einen Hinweis auf die Herkunft der beanspruchten Waren aus einem *bestimmten* Unternehmen sehen, weil weder der Wortbestandteil „Royal“ noch die Kombination „Royal Shopper“ in den Augen der Abnehmer einen für die beanspruchten Waren im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt haben (vgl. BGH GRUR 2001, 1151, 1153 – marktfrisch; GRUR 2003, 1050, 1051 – City-Service; BGH, GRUR 2001, 162, 163 m. w. N. - RATIONAL SOFTWARE CORPORATION) und das angemeldete Zeichen auch nicht nur eine Werbeaussage allgemeiner Art darstellt (vgl. BGH MarkenR 2000, 262, 263 – Unter uns; WRP 2000, 298, 299 – Radio von hier; WRP 2000, 300, 301 – Partner with the best; GRUR 2001, 1047, 1048 - LOCAL PRESENCE, GLOBAL POWER; GRUR 2001, 735, 736 – „Test it.“; GRUR 2002, 1070, 1071 – Bar jeder Vernunft; BGH GRUR 2001, 1042 - REICH UND SCHÖN; GRUR 2001, 1043, 1044 - Gute Zeiten, Schlechte Zeiten; GRUR 2006, 850, 854 - FUSSBALL WM 2006).

Dabei kann dahinstehen, ob der Bestandteil „Shopper“ für die nach der Einschränkung des Warenverzeichnisses noch beanspruchten Waren möglicherweise einen beschreibenden Inhalt aufweist. Jedenfalls für das vorangesetzte Adjektiv „Royal“ kann nämlich ein solcher im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt nicht festgestellt werden; obwohl es breitesten Kreisen durchaus als „königlich“ verständlich ist. Um dieser Angabe aber einen die Waren beschreibenden Begriffsinhalt - insbesondere als Hinweis auf bestimmte Qualitätsmerkmale der Waren - zu entnehmen, bedürfte es einer analysierenden Betrachtung, zu der die Verbraucher nach ständiger Rechtsprechung nicht neigen (st. Rspr., vgl. BGH GRUR 1992, 515, 516 – Vamos; BGH GRUR 195, 408, 409 - PROTECH). In der angemeldeten Wortkombination steht „Royal“ auch nicht in einem Kontext, der ein Verständnis als Qualitätsangabe besonders unterstützt. Vielmehr führt er für „shopper“ zu weiteren, auch personalisierten Deutungen. Anders wäre dies bei einer vertauschten Reihenfolge (shoppen royal). Als Hinweis auf bestimmte Qualitätsmerkmale der in Rede stehenden Waren werden die Verbraucher den Begriff

„royal“ in der angemeldeten Form erst nach einem Gedankenschritt verstehen. Der Begriff „royal“ ist derzeit nicht im Sinne einer bestimmten Qualitätsangabe auf dem hier in Rede stehenden Warenaktor - also für Einkaufs-, Transport-, Kofferroller und Fahrradanhänger gebräuchlich. Dass der Begriff auf *anderen* Warenaebieten möglicherweise - insbesondere bei isolierter Verwendung - als eine solche Qualitätsangabe angesehen wird, spielt keine Rolle, weil sich für die hier konkret beanspruchten Waren in der angemeldeten Kombination eine beschreibende Bedeutung allenfalls erst einen analysierenden Gedankenschritt - nämlich durch Übertragung der auf anderen Warenaebieten bestehenden beschreibenden Bedeutung auf die hier beanspruchten Waren - erschlüsse, so dass allenfalls der im Eintragungsverfahren nicht zu bestimmende Grad der Kennzeichnungskraft gemindert ist. Die Markenstelle hat eine beschreibende Bedeutung des Begriffs „royal“ für die hier in Rede stehenden Waren zwar ihrer Entscheidung zu grunde gelegt, ihre Ansicht aber nicht näher belegt. Auch der Senat konnte keine Nachweise dafür, dass sich der Begriff „royal“ auf diesem eng umgrenzten Warenaektor bereits als Qualitätsangabe eingebürgert hat, ermitteln.

Entgegen der Ansicht der Markenstelle handelt es sich bei der Wortfolge auch nicht um eine allgemeine Werbeaussage. Es ist nämlich weder nachgewiesen noch anderweitig ersichtlich, dass die Wortfolge in ihrer Gesamtheit bereits allgemein als die beanspruchten Waren lediglich anpreisende Werbeangabe verwendet wird.

2. Mangels eines nicht feststellbaren unmittelbaren warenbeschreibenden Bedeutungsgehalts steht der Eintragung der angemeldeten Wortfolge auch nicht das Eintragungshindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen, denn sie besteht in keiner der möglichen Bedeutungen (vgl. EuGH, MarkenR 2004, 450, 453 [Rz 32] - DOUBLEMINT) ausschließlich aus Zeichen oder Angaben, die zur Bezeichnung von Merkmalen der Waren dienen können, die für den Warenverkehr wichtig und für die umworbenen Abnehmerkreise bedeutsam sind (vgl. hierzu BGH GRUR 1999, 1093, 1094 – FOR YOU; GRUR 2000, 211, 232 – FÜNFER), und

hinreichend eng mit der Ware selbst in Bezug stehen (vgl. BGH GRUR 2005, 417, 419 – Berlin Card).

Dr. Albrecht

Dr. van Raden

Schwarz

Ju