



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 70/06

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 305 41 902.1

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 30. Januar 2008 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Fuchs-Wisseemann und der Richterinnen Prietzel-Funk und Kopacek

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Die Markenstelle für Klasse 20 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung der für die Waren der Klasse 20

„Möbel, Spiegel, Rahmen, Matratzen; Lattenroste für Betten, nicht aus Metall“

bestimmten Marke

LILAC

mit zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, teilweise, nämlich für die Waren „Möbel“ und „Rahmen“, gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, bei der angemeldeten Marke handele es sich um einen englischen Begriff, der u.a. die Bedeutungen „lila“ und „fliederfarben“ habe und in diesen Bedeutungen im Verkehr zur Bezeichnung der Farbe und damit der Beschaffenheit von Möbeln und Rahmen dienen könne.

Hiergegen wendet sich die Anmelderin mit der Beschwerde. Sie ist der Ansicht, die angemeldete Marke sei auch für Möbel und Rahmen nicht unmittelbar beschreibend. Bereits die Annahme, es würden demnächst lilafarbene Möbel und Rahmen angeboten werden, sei äußerst fernliegend. Das Wort „LILAC“ sei zur Bezeichnung der Beschaffenheit dieser Waren auch deshalb ungeeignet, weil es sich nicht um ein in Deutschland bekanntes Wort der englischen Sprache handele und weil es mehrdeutig sei. Es sei zugleich ein Substantiv mit der Bedeutung „Fliederbusch“. Für ein Freihaltungsbedürfnis lägen keine ausreichenden tatsächlichen Anhaltspunkte vor. Ergänzend verweist die Anmelderin auf eine Anzahl ein-

getragener englischsprachiger Farbbezeichnungen. Hilfsweise bietet sie an, das Warenverzeichnis auf „Möbel, Rahmen, sämtliche vorgenannten Waren nicht fließerfarben bzw. lila; Spiegel; Matratzen; Lattenroste für Betten, nicht aus Metall“ zu beschränken.

Die Anmelderin stellt den Antrag,

die Beschlüsse der Markenstelle vom 7. Dezember 2005 und 25. April 2006 aufzuheben.

II

Die Beschwerde ist zulässig, aber unbegründet. Der Eintragung der angemeldeten Marke für die Waren „Möbel“ und „Rahmen“ steht, wie die Markenstelle zutreffend festgestellt hat, das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen.

Nach dieser Vorschrift sind Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, welche im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Menge, der Bestimmung, des Wertes, der geografischen Herkunft, der Zeit der Herstellung der Waren oder der Erbringung der Dienstleistungen oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale der Waren oder Dienstleistungen dienen können. Mit dem Ausschluss solcher Zeichen oder Angaben von der Eintragung als Marke verfolgt die genannte Bestimmung das im Allgemeininteresse liegende Ziel, dass Zeichen oder Angaben, die die Waren oder Dienstleistungen beschreiben, von jedermann frei verwendet werden können. Die Zurückweisung einer Anmeldung gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG setzt nicht voraus, dass die Zeichen oder Angaben, aus denen die Marke besteht, zum Zeitpunkt der Anmeldung bereits tatsächlich für die in der Anmeldung aufgeführten Waren oder Dienstleistungen oder für ihre Merkmale beschreibend verwendet werden. Es genügt vielmehr, wie sich schon aus dem Wortlaut der Bestimmung ergibt, dass

die Zeichen oder Angaben zu diesem Zweck verwendet werden können. Ein Wortzeichen kann daher nach dieser Bestimmung von der Eintragung ausgeschlossen werden, wenn es zumindest in einer seiner Bedeutungen ein Merkmal der in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen bezeichnet (ständige Rechtsprechung, vgl. u. a. EuGH Mitt 2004, 28, 30, Nr. 29-32 – Doublemint).

Die angemeldete Wortmarke „LILAC“ ist ein Begriff der englischen Sprache, der u. a. die Bedeutung „zartlila, fliederfarben“ hat. In dieser Bedeutung stellt die angemeldete Marke eine Angabe dar, die zur Bezeichnung der Farbe von Möbeln und Rahmen und damit im Sinne der vorstehend angeführten Rechtsprechung zur Bezeichnung eines Merkmals dieser Waren dienen kann.

Der farblichen Gestaltung von Möbeln und Rahmen sind faktisch keine Grenzen gesetzt. Auch aktuell werden Möbel und Rahmen in einer Vielzahl höchst unterschiedlicher Farben und Farbschattierungen angeboten, die längst nicht mehr auf die Grundfarben beschränkt sind. Dies gilt insbesondere für die Farben der Bezüge von Polstermöbeln, die unter Bezeichnung der gewünschten Polsterfarbe gekauft bzw. bestellt werden, aber auch für die Farbe von Bilderrahmen, die in Abstimmung zu dem zu rahmenden Objekt (Bild oder Photo) aus einer großen Auswahl von Farben gekauft bzw. bestellt werden können, wobei die Angabe der gewünschten Farbe erforderlich ist, um den Rahmen in dieser Farbe zu erhalten.

Die Fremdsprachigkeit der angemeldeten Marke steht ihrer Eignung als warenbeschreibende Angabe im vorliegenden Fall entgegen der Ansicht der Anmelderin nicht entgegen. Fremdsprachige Wörter dürfen zwar ihren jeweiligen deutschen Übersetzungen nicht schematisch gleichgestellt werden. Eine markenrechtliche Gleichbehandlung ist jedoch gerechtfertigt, wenn entweder die beschreibende Bedeutung des fremdsprachigen Ausdrucks auch von den angesprochenen inländischen Verkehrskreisen ohne weiteres als solche erkannt wird oder ein Allgemeininteresse feststellbar ist, den fraglichen Begriff beim inländischen Warenvertrieb bzw. beim Export oder Import der fraglichen Waren frei zu verwenden (BGH

GRUR 1996, 771, 772 – THE HOME DEPOT). Maßgeblich ist insoweit das Verständnis des inländischen Geschäftsverkehrs (BGH GRUR 1996, 68, 69 – COTTON LINE; GRUR 1999, 992, 994 – BIG PACK), wobei auf den normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher abzustellen ist, dessen Verständnisfähigkeit, was die Fremdsprachenkenntnisse betrifft, nicht zu gering veranschlagt werden darf, weil diese Kenntnisse vor allem durch den gemeinsamen europäischen Markt ständig verbessert werden (vgl. Kurtz GRUR 2004, 32, 33).

Bei dem Wort „LILAC“ ist bereits davon auszugehen, dass es von dem inländischen Durchschnittsverbraucher von Möbeln und Rahmen ohne weiteres als Farbangabe und damit als die Waren beschreibende Angabe verstanden wird. Auch wenn es nicht Bestandteil des in der Schule gelehrtten englischen Grundwortschatzes sein sollte, wird es wegen seiner weitgehenden Übereinstimmung mit dem deutschen Begriff „lila“ ohne weiteres in dieser Bedeutung erfasst werden und kann deshalb zur Beschreibung der Farbe von Möbeln und Rahmen dienen. Zudem wird es als Bestandteil der Welthandelsprache „englisch“ für Zwecke des Imports und Exports benötigt, um die Farbe von Möbeln und deren Teilen (wie z. B. Polsterstoffen) und von Rahmen zu bezeichnen.

Eines Nachweises dafür, dass die angemeldete Marke bzw. die Farbangabe „lila“ bereits im Verkehr zur Beschreibung der Farbe von Möbeln und Rahmen verwendet wird, bedarf es für die Schutzverweigerung entgegen der Ansicht der Anmelderin nicht (vgl. u. a. EuGH „Doublemint“ a: a: O: Nr. 32). Lediglich zur Veranschaulichung der tatsächlichen Sachlage und ohne dass dies für die Entscheidung des Senats von entscheidender Bedeutung gewesen ist, wird insoweit noch darauf hingewiesen, dass lilafarbene Möbel in allen Schattierungen von fliederfarben bis aubergine seit geraumer Zeit im Modetrend liegen (vgl. insoweit den Artikel „Lila Laune im Wohnzimmer“ auf der Internetseite von „WELT ONLINE“ unter <http://www.welt.de/print-welt/article709978/Lila-Laune-im-Wohnzimmer.html>“).

Auch der von der Anmelderin angeführte Umstand, dass die angemeldete Marke mehrere Bedeutungen aufweist, rechtfertigt keine andere Beurteilung. Dass ein Wort neben einem für die fraglichen Waren oder Dienstleistungen beschreibenden Begriffsgehalt noch andere Bedeutungen aufweist, beseitigt nämlich nicht seine Eignung zur Beschreibung und damit auch nicht das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG (EuGH „DOUBLEMINT“ a: a: O: Nr. 32).

Weiterhin ist auch die Berufung der Anmelderin auf Voreintragungen verschiedener Farbbezeichnungen nicht geeignet, einen Anspruch auf Eintragung der angemeldeten Marke zu begründen. Insoweit kann vorstehend dahin gestellt bleiben, ob die Voreintragung einer identischen Marke für identische Waren und Dienstleistungen grundsätzlich einen Anspruch auf erneute Eintragung der Marke begründen könnte, was in der Rechtsprechung und Literatur ganz überwiegend verneint wird, weil die Entscheidung über die Schutzfähigkeit einer Marke keine Ermessens-, sondern eine reine Rechtsfrage darstellt (vgl. u.a. BGH GRUB 1997, 527, 529 – Autofelge; BGH BIPMZ 1998, 248, 249 – Today); denn bei den von der Anmelderin angeführten eingetragenen Marken handelt es sich zum einen um andere Farbbezeichnungen als die eingetragenen und zum anderen auch um andere Waren und Dienstleistungen, so dass eine unmittelbare Vergleichbarkeit der Sachverhalte von vornherein nicht gegeben ist. Im übrigen sind längst nicht alle Farbbezeichnungen als Marke eingetragen worden. Auch die hier beanspruchte Wortmarke „LILAC“ ist vom 33. Senat des BPatG für Waren der Klasse 18 gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG als zur Beschreibung geeignete Farbangabe vom Schutz ausgeschlossen worden (vgl. BPatG PAVIS PROMA, 33 W (pat) 275/00, 11.06.02).

Unabhängig davon, ob die Eintragung der von der Anmelderin angeführten Vergleichsmarken zu Recht erfolgt ist, ist ferner darauf hinzuweisen, dass sämtliche von ihr angeführten Voreintragungen von Farbmarken erfolgt sind, bevor die für die Beurteilung der Eintragbarkeit von Marken gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG maßgeblichen grundsätzlichen Entscheidungen des EuGH ergangen sind.

Die Teilzurückweisung der angemeldeten Marke gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG durch die Markenstelle begegnet somit keinen rechtlichen Bedenken.

Der angemeldeten Marke fehlt auch jegliche Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Unterscheidungskraft im Sinne der vorstehend genannten Bestimmung weist eine Marke dann auf, wenn sie geeignet ist, die Waren und/oder Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und sie somit von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (EuGH BIPMZ 2004, 30 - Cityservice). Auch dieses Eintragungshindernis ist im Lichte des Allgemeininteresses auszulegen, das ihm zugrunde liegt, und das darin besteht, den freien Waren- und Dienstleistungsverkehr zu gewährleisten (EuGH GRUR 2002, 804, 805, 809 - Philips). Für kennzeichnungsrechtliche Monopole ist damit nur Raum, soweit diese geeignet sind, dem Verbraucher die betriebliche Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren/Dienstleistungen zu garantieren und somit die Herkunftsfunktion der Marke zu erfüllen (EuGH GRUR 2001, 1148, 1149 - BRAVO). Kann demnach einer Marke ein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsgehalt zugeordnet werden, so ergibt sich daraus ein tatsächlicher Anhalt dafür, dass ihr jegliche Unterscheidungskraft fehlt (BGH a. a. O - Cityservice).

Die angemeldete Marke weist aus den bereits vorstehend zu § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG dargelegten Gründen für die Waren „Möbel“ und „Rahmen“ einen beschreibenden Begriffsgehalt auf, der für den inländischen Durchschnittsverbraucher dieser Waren ohne weiteres erkennbar ist, weil es sich bei der angemeldeten Marke um ein Wort der im Inland weithin geläufigen englischen Sprache handelt, das zudem seiner deutschen Übersetzung „lila“ jedenfalls in schriftbildlicher Hinsicht weitgehend gleicht. Ihr fehlt daher die Eignung, die betreffenden Waren der Anmelderin von denen ihrer Konkurrenten ihrer betrieblichen Herkunft nach zu unterscheiden.

Auch die angebotene Beschränkung des Warenverzeichnisses ist nicht geeignet, der Beschwerde zum Erfolg zu verhelfen. Wird die Eintragung einer Marke für bestimmte Waren und/oder Dienstleistungen beantragt, so ist es nicht zulässig, dass die zuständige Behörde die Marke nur insoweit einträgt, als die fraglichen Waren und/oder Dienstleistungen ein bestimmtes Merkmal nicht aufweisen (EuGH MarkenR 2004, 99, 110, Nr. 114 - Postkantoor). Eine solche Praxis würde zu Rechtsunsicherheit hinsichtlich des Umfangs des Markenschutzes führen. Dritte - insbesondere Konkurrenten wären im Allgemeinen nicht darüber informiert, dass sich bei bestimmten Waren oder Dienstleistungen der durch die Marke verliehene Schutz nicht auf diejenigen Waren oder Dienstleistungen erstreckt, die ein bestimmtes Merkmal aufweisen, und könnten so dazu veranlasst werden, bei der Beschreibung ihrer eigenen Produkte auf die Verwendung der Zeichen oder Angaben zu verzichten, aus denen die Marke besteht und die dieses Merkmal beschreiben (EuGH a. a. O. „Postkantoor“ Nr. 115).

Der hilfsweise angebotene einschränkende Zusatz führt außerdem dazu, dass die Marke insoweit wegen ersichtlicher Täuschungsgefahr nach § 37 Abs. 3 i. V. .m. § 8 Abs. 2 Nr. 4 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen ist, da die angemeldete Marke ein Warenmerkmal bezeichnet, das die so bezeichneten Möbel und Rahmen nicht aufweisen. Der Beschwerde muss daher der Erfolg versagt bleiben.

Dr. Fuchs-Wisseemann

Kopacek

Reker

Na