



BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 153/07

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 305 76 545. 0

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 27. Februar 2008 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Stoppel, der Richterin Werner und des Richters Schell

beschlossen:

Die Beschwerde des Anmelders wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Angemeldet zur Eintragung in das Markenregister ist die Wortmarke

Tintencenter

für die nachfolgend aufgeführten Waren und Dienstleistungen der Klasse 2

„Tonerpatronen für Drucker und Fotokopierer, Druckerzubehör, soweit in Klasse 02 enthalten“.

Die Markenstelle für Klasse 2 des Deutschen Patent- und Markenamts (DPMA) hat die Anmeldung zurückgewiesen. Im Hinblick auf die beanspruchten Waren werde der Verkehr unter der angemeldeten Marke lediglich einen schlagwortartigen Hinweis auf eine Verkaufsstätte verstehen, in der Tinten angeboten würden. Mit diesem Bedeutungsgehalt werde der Ausdruck „Tintencenter“ auch bereits von Dritten verwendet. Als bloßer Sachhinweis fehle der Marke jegliche Unterscheidungskraft i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG und es bestehe darüber hinaus auch ein Freihaltungsbedürfnis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde des Anmelders. Die Wertung der Markenstelle könne keinen Bestand haben, da die Eintragungspraxis des DPMA erkennen lasse, dass vergleichbar gebildete Marken mit dem Bestandteilen „Tinte“ und „Tinten“ als schutzfähig zu werten seien. So hätten beispielsweise die Marken „Tintentankstelle“, „Tinten-Tanker“, „Tintenbiene“, „Strom und Tinte“, „Office & Tinte SHOP“, „A-Z Tinte“ sowie weitere Marken Eingang in das Register gefunden. Unverständlich blieben insbesondere Markeneintragungen wie „Tinte & Toner WELT“, „Tinten-Box“ und „Tinten“. Angesichts dieser Entscheidungspraxis des

DPMA könne auch der angemeldeten Marke die Schutzfähigkeit nicht abgesprochen werden.

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

II.

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet. Der Eintragung der angemeldeten Marke steht zumindest das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft nach § 8 Abs 2 Nr. 1 MarkenG entgegen.

Unterscheidungskraft i. S. v. von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die konkrete Eignung einer Marke, vom Verkehr als betrieblicher Herkunftshinweis für die von ihr erfassten Waren und/oder Dienstleistungen aufgefasst zu werden (stRspr., BGH, GRUR 2003, 1050 – Cityservice). Nur wenn eine Marke diese Herkunftsfunktion erfüllen kann, ist es gerechtfertigt, sie durch die Eintragung ins Register der Nutzung durch die Allgemeinheit dauerhaft zu entziehen und zugunsten eines Anmelders zu monopolisieren (vgl. EuGH GRUR 2003, 55, Rdn. 48–52 - Arsenal FC). Die Feststellungen zur Unterscheidungskraft sind dabei im Hinblick auf die konkret angemeldeten Waren und/oder Dienstleistungen zu treffen, wobei nach dem Verbraucherleitbild des EuGH auf die Wahrnehmung eines normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers der fraglichen Waren bzw. Dienstleistungen abzustellen ist, der mit den Gepflogenheiten auf dem einschlägigen Wirtschaftssektor vertraut ist (vgl. EuGH GRUR 2004, 943 ff., Rdn. 24 - SAT.2). Die erforderliche Unterscheidungskraft ist insbesondere solchen Marken abzusprechen, denen die angesprochenen Verkehrskreise für die fraglichen Waren oder Dienstleistungen eine im Vordergrund stehende Sachaussage zuordnen (vgl. EuGH GRUR 2004, 674 ff., Rdn. 86 - Postkantoor; BGH GRUR 2006, 850 ff., Rdn. 19 - FUSSBALL WM 2006). Insoweit ist es grundsätzlich irrelevant, ob es sich bei einer

angemeldeten Wortmarke möglicherweise um eine sprachliche Neuschöpfung handelt oder ob ihre Verwendung bereits nachweisbar ist (vgl. EuGH GRUR 2004, 680 ff., Rdn. 19 - BIOMILD; BGH GRUR 2005, 417, 418 f. - BerlinCard, BPatG 26 W (pat) 175/01 - Travel Point, veröffentlicht auf PAVIS PROMA CD-ROM).

Das angemeldete Markenwort besteht aus der sprachregelgemäßen Verbindung der hier einschlägigen Produktbezeichnung „Tinten“ und dem Sachbegriff „Center“, der den beteiligten Verkehrsteilnehmern als gängige Bezeichnung eines Platzgeschäftes bzw. einer Verkaufsstätte allgemein bekannt ist. Ebenso bekannt ist dem Verkehr die werbeübliche Praxis, in vergleichbaren Wortbildungen durch einen dem Wortelement „Center“ vorangestellten Sachbegriff die jeweilige fachspezifische Ausrichtung des Geschäfts in gattungsmäßiger Weise zu bezeichnen. Neben anderen Sachbegriffen wie „Shop“, „Corner“ oder „Point“ wird die Bezeichnung „Center“ auch im deutschen Sprachgebrauch bereits seit langem in diesem Sinne verwendet (vgl. hierzu BPatG 33 W (pat) 109/99 - Friedrichstadt-Center; BPatG 27 W (pat) 044/01 - docucenter; HABM, R0796/02-4 - alpin-center.com, alle Entscheidungen veröffentlicht auf PAVIS PROMA CD-ROM). Vor diesem Hintergrund werden die angesprochenen Verkehrskreise die angemeldete Marke im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren ohne weiteres Nachdenken als beschreibenden Hinweis auf eine Verkaufsstätte verstehen, die ein auf das Produktspektrum „Tinten“ spezialisiertes Warenangebot offeriert.

Das Markenwort erschöpft sich somit ausschließlich in einer Bezeichnung, die in sprachüblicher Weise die produktspezifische Ausrichtung des fraglichen Warenspektrums benennt. Der Verkehr wird dies ohne weitere Überlegungen erkennen und die angemeldete Wortkombination nur in diesem Sinne und damit als beschreibenden Sachhinweis, nicht aber als betriebliches Herkunftszeichen im Sinne des Markenrechts verstehen. Da der angemeldeten Marke somit bereits die erforderliche Unterscheidungskraft i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG abzusprechen ist, kann die Frage, ob an ihrer freien Verwendung auch ein schutzwürdiges

Allgemeininteresse i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG besteht, dahingestellt bleiben.

Soweit der Anmelder seine Beschwerdebegründung ausschließlich auf die Voreintragung anderer Marken mit dem Wortbestandteil „Tinten“ stützt, ist darauf hinzuweisen, dass Voreintragungen möglicherweise vergleichbarer - möglicherweise aber auch löschungsreifer - Marken zwar ein zu berücksichtigendes Indiz darstellen können, für die Schutzfähigkeitsentscheidung aber keinesfalls verbindlich sind. Im vorliegenden Fall verkennt der Beschwerdeführer zudem bereits, dass es sich bei den von ihm genannten Marken überwiegend um Wort-/Bildzeichen und damit um mit der vorliegend angemeldeten Wortmarke nicht vergleichbare Sachverhalte handelt. Dies gilt für die von ihm besonders hervorgehobenen Marken 304 52 145 „Tinte & Toner WELT“, 303 22 062 „TINTEN BOX“ und 396 52 951 „Tinten“ ebenso wie für die darüber hinaus angeführten Marken 305 03 788 „Tinten-Tanker“, 304 06 802 „Strom und Tinte“ und 303 29 447 „Office & Tinte SHOP“. Auch die Wortmarken 302 47 087 „A-Z-Tinte“ und 302 47 087 „Tintentankstelle“ sind in ihrem semantischen Gehalt mit der hier angemeldeten Marke nicht vergleichbar.

Aber unabhängig von der Frage, inwieweit die Bedenken des Anmelders im Hinblick auf die Schutzfähigkeit vermeintlich vergleichbarer Markeneintragungen gerechtfertigt erscheinen mögen oder nicht, können Voreintragungen für die Entscheidung über die vorliegende Beschwerde keinerlei Bindungswirkung entfalten. Vielmehr hat diese Entscheidung ausschließlich auf Grundlage der gesetzlichen Bestimmungen und unter Berücksichtigung der einschlägigen Rechtsprechung zu erfolgen, wie dies in ständiger Spruchpraxis des EuGH zum Gemeinschaftsmarkenrecht und des BGH zum Markengesetz immer wieder bestätigt worden ist (vgl. etwa EuGH GRUR 2006, 229, 231, Rdn. 46-49 - BioID; BGH GRUR 2005, 578, 580 - LOKMAUS). Sowohl die MarkenRichtl. wie auch das Markengesetz gehen klar davon aus, dass schutzunfähige Marken durchaus Eingang ins Register erlangen können und sehen deshalb ein eigenständiges

Verfahren für die Löschung solcher zu Unrecht eingetragener Marken vor. Eine Bindungswirkung einzelner Voreintragungen scheidet daher ebenso aus, wie der Aspekt einer möglicherweise „gefestigten“ Entscheidungspraxis, wie sie hier vom Anmelder zwar sinngemäß geltend gemacht wurde, im vorliegenden Fall jedoch nach den Feststellungen des Senats gerade nicht gegeben ist.

Die Beschwerde war daher zurückzuweisen. Nachdem eine mündliche Verhandlung von dem Beschwerdeführer nicht beantragt wurde und nach Wertung des Senats auch nicht sachdienlich gewesen wäre, konnte die vorliegende Entscheidung im schriftlichen Verfahren ergehen (§ 69 MarkenG).

Stoppel

Stoppel

Schell

Richterin Werner ist
urlaubsbedingt verhindert
zu unterschreiben

Me