



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 92/08

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 306 61 736.6

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 22. Juli 2009 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Fuchs-Wisseemann sowie der Richter Reker und Lehner

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Für die Waren

„Beleuchtungsgeräte, insbesondere Lichterketten, Lampions, Lampen; Teile von Beleuchtungsgeräten, insbesondere Lampenschirme; Dekorationsartikel, nicht aus textilem Material, insbesondere Dekorationsartikel aus Kunststoff und Kunststoffverbundstoffen, Dekorationsartikel in Form von Sternen, Wand- und Fensterdekurationsartikel; Mobiles; Windspiele; Christbaumschmuck“

ist die Wortmarke 306 61 736.6

Astrodecor

angemeldet worden.

In zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, hat die Markenstelle für Klasse 20 des Deutschen Patent- und Markenamts die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zurückgewiesen. Die angemeldete Wortmarke setze sich zusammen aus dem im Griechischen für „Stern(bild)“ stehenden Begriff „Astro“ und dem Bestandteil „decor“, der in wortlautgemäßer Übersetzung aus der englischen bzw. der französischen Sprache sowie aus der Sicht des inländischen Verbrauchers für „Ausstattung“ stehe. Der Verkehr, dem der Markenbestandteil „Astro“ als Hinweis auf Sterne bzw. Sternbilder durch Wortkombinationen wie „Astro-Zeitung“, „Astro-Sendung“ oder „Astro-Show“ bekannt sei und daher „Astrodecor“ mit „Stern(-bilder)-Dekor“ übersetze, verstehe diesen Begriff als einen sachbeschreibenden Hinweis darauf, dass die solchermaßen gekennzeichneten Waren (etwa Beleuchtungsgeräte oder Dekorationsartikel) äußere Gestaltungsmerkmale aus dem Bereich der Sterne oder Sternbilder aufweisen bzw. Abbildungen von Sternen oder Sternbildern als dekoratives Motiv auf ihrer Oberfläche tragen. Dass es sich

bei „Astrodecor“ um eine lexikalisch nicht belegte Wortneuschöpfung handle, führe - nachdem der Verkehr im Bereich der Werbesprache an mehr oder weniger einprägsame neue Wortzusammenstellungen gewöhnt sei - nicht zur hinreichenden Unterscheidungskraft des angemeldeten Zeichens im Sinne eines Herkunftshinweises.

Gegen diese zurückweisenden Beschlüsse richtet sich die Beschwerde des Anmelders, die dieser nicht begründet hat. Im Verfahren vor dem Deutschen Patent- und Markenamt hat der Anmelder vorgetragen, beim Wortbestandteil „Astro-“ handle es sich um ein vom griechischen Wort „ástron“ = Sternbild abgeleitetes, die Bedeutung des nachfolgenden Wortbestandteils (z. B. „Astrophysik“) angegebendes Bestimmungswort im Zusammenhang mit der Bedeutung: „Gestirn-, Stern-, Welt-raum-“. Der Wortbestandteil „-decor“ sei von dem deutschen Wort „Dekor“ bzw. dem französischen Wort „décor“ abgeleitet und mit „Verzierung“ bzw. „Ausstattung, Dekoration“ zu übersetzen. Grammatikalisch zutreffend stehe „Astrodecor“ daher entweder für „eine für Gestirne, Sterne oder Weltraum bestimmte Verzierung“ oder „eine für Gestirne, Sterne und Weltraum bestimmte Ausstattung oder Dekoration“. Da „Astro-“ als Bestimmungswort grundsätzlich mit weiteren, ebenfalls aus der griechischen Sprache stammenden Wortbestandteilen und am Wortanfang nahezu ausschließlich auf wissenschaftlichem Gebiet Verwendung finde (z. B. „Astrologe“, „Astronaut“), stelle sich die unübliche Verknüpfung mit dem aus dem Französischen stammenden Wortbestandteil „-decor“ für den Verkehr als eine phantasievolle Wortneuschöpfung mit Herkunftshinweischarakter und hieraus resultierender, für eine Markeneintragung ausreichender Unterscheidungskraft dar. Da sich sowohl dem Markenbestandteil „Astro-“, als auch der Wortkombination „Astrodecor“ kein eindeutiger Begriffsgehalt zuordnen lasse, bestehe auch kein Freihaltebedürfnis an der Markenmeldung.

Der Anmelder beantragt sinngemäß,

die Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamts vom 28. Februar 2008 und vom 11. Juni 2008 aufzuheben und die Eintragung der Marke im Umfang ihrer Anmeldung anzuordnen.

II

Die zulässige Beschwerde des Anmelders ist unbegründet. Die Feststellung der Markenstelle, der Eintragung der angemeldeten Wortmarke „Astrodecor“ stehe das Schutzhindernis der mangelnden Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen, lässt einen Rechtsfehler nicht erkennen.

Da der Anmelder seine Beschwerde trotz Ankündigung nicht begründet hat und für den Senat mithin nicht erkennbar ist, aus welchen Gründen und in welchem Umfang er die verfahrensgegenständlichen Beschlüsse der Markenstelle für angreifbar hält, wird zur Vermeidung von Wiederholungen auf die zutreffende Begründung der Markenstelle in den angegriffenen Beschlüssen Bezug genommen.

Zur Vervollständigung ist lediglich ergänzend noch Folgendes auszuführen:

Mit Blick auf das angemeldete Warenverzeichnis wird der Verkehr in der Vorsilbe „Astro-“ keinen Hinweis auf eine dem Bereich der Wissenschaft, namentlich der Sternkunde, zuzuordnende Kennzeichnung erkennen. Vielmehr wird der Verbraucher, der das verfahrensgegenständliche Zeichen so aufnimmt, wie es ihm im Verkehr begegnet, ohne eine analysierende Betrachtungsweise seiner Einzelbestandteile anzustellen (vgl. *Ströbele/Hacker*, MarkenG, 9. Aufl. 2009, Rn. 87 m. w. N.), in der Marke „Astrodecor“, geschützt für die angemeldeten Waren der Klassen 11 und 20, einen ausschließlich beschreibenden Hinweis auf ein Warensortiment sehen, das als Stilmittel Dekorationselemente aus den Bereichen „Sterne“, „Himmel“ u. ä. verwendet. Der Kombination der Wortbestandteile „Astro“ und „decor“ ist hierbei kein eigenständiger, über deren Summenwirkung hinausgehender herkunftshinweisender Gesamteindruck beizumessen (vgl. EuGH GRUR 2004, 674, 678 - *Postkantoor*; GRUR 2004, 680, 681 - *BIOMILD*; GRUR Int. 2005, 1012, 1014 f. - *BioID*); vielmehr wird durch die Zusammenfassung der Wortbestandteile zu „Astrodecor“ die beschreibende Wirkung der verfahrensgegenständlichen Bezeichnung sogar noch verstärkt.

Dass es sich bei „Astrodecor“ um eine lexikalisch nicht nachweisbare Wortneuschöpfung handeln soll, steht der Annahme einer fehlenden Herkunftshinweisfunktion der verfahrensgegenständlichen Anmeldung nicht entgegen. Der Verkehr

ist nämlich daran gewöhnt, in der Werbung mit neuen Begriffen konfrontiert zu werden, durch die ihm sachbezogene Informationen in einprägsamer Form übermittelt werden sollen. Dass eine Angabe neuartig, ungewohnt oder fremdsprachig ist, schließt ihre sachbezogene Eigenschaft nicht aus, wenn der Verkehr - wie hier - die darin enthaltene Sachinformation als solche versteht und in ihr keinen betrieblichen Herkunftshinweis erkennt (vgl. *Ströbele/Hacker*, a. a. O., § 8 Rn. 117 m. w. N.).

Dr. Fuchs-Wisseemann

Reker

Lehner

Bb