



# BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 125/10

Verkündet am  
21. Juli 2010

---

(AktENZEICHEN)

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 30 2008 015 799.2**

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 21. Juli 2010 durch die Vorsitzende Richterin Grabrucker, den Richter Dr. Kortbein und die Richterin Kortge

beschlossen:

Der Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 4. Januar 2010 wird aufgehoben, soweit die Anmeldung für die Waren und Dienstleistungen der

Klasse 20: Schränke, Bürocontainer (Möbel), Regale;

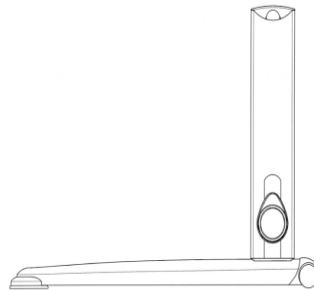
Klasse 35: Großhandelsdienstleistungen und Einzelhandelsdienstleistungen mit Leuchten, mit Büroartikeln und Büroordnungsmaterialien, mit Taschen und Schultaschen, mit Schränken, Bürocontainern (Möbel), Regalen, mit Webstoffen und Textilwaren, mit Bekleidung, Schuhwaren und Kopfbedeckungen; Vermittlung von Handels- und Wirtschaftskontakten, auch über das Internet;

zurückgewiesen worden ist.

## Gründe

### I.

Das zweidimensionale Bildzeichen



ist am 7. März 2008 zur Eintragung als Marke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register für nachfolgende Waren und Dienstleistungen angemeldet worden:

Klasse 16: Schreibwaren, Büroartikel, soweit in Klasse 16 enthalten, Schreibgeräte, Zeichenlineale, Schreibunterlagen, Büroordnungsmaterialien (soweit in Klasse 16 enthalten), Ordner, Ablegehefter; Klarsicht-hüllen; Ordnerregister; Hängehefter; Pendelhefter; Hängetaschen (Büroartikel); Ablegebehälter und Archivboxen für Büro Zwecke, soweit in Klasse 16 enthalten;

Klasse 20: Möbel, Sitzmöbel, Büromöbel, Kinder- und Jugendmöbel, Tische, Schreibtische, Computertische, Schränke, Bürocontainer (Möbel), Regale, Aktengestelle, Stühle;

Klasse 35: Großhandelsdienstleistungen und Einzelhandelsdienstleistungen mit Leuchten, mit Büroartikeln und Büroordnungsmaterialien, mit Taschen und Schultaschen, mit Möbeln, einschließlich Büro-, Kinder- und Jugendmöbeln, mit Büroausstattung, mit Webstoffen und Textilwaren, mit Bekleidung, Schuhwaren und Kopfbedeckungen; Vermittlung von Handels- und Wirtschaftskontakten, auch über das Internet.

Nach einer Einschränkung des Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses in der mündlichen Verhandlung soll sie nunmehr nur noch für die Waren und Dienstleistungen der

Klasse 16: Schreibwaren, Büroartikel, soweit in Klasse 16 enthalten, Schreibgeräte, Zeichenlineale, Schreibunterlagen, Büroordnungsmaterialien (soweit in Klasse 16 enthalten), Ordner, Ablegehefter; Klarsicht-hüllen; Ordnerregister; Hängehefter; Pendelhefter; Hängetaschen (Büroartikel); Ablegebehälter und Archivboxen für Büro Zwecke, soweit in Klasse 16 enthalten;

Klasse 20: Schränke, Bürocontainer (Möbel), Regale;

Klasse 35: Großhandelsdienstleistungen und Einzelhandelsdienstleistungen mit Leuchten, mit Büroartikeln und Büroordnungsmaterialien, mit Taschen und Schultaschen, mit Schränken, Bürocontainern (Möbel), Regalen, mit Webstoffen und Textilwaren, mit Bekleidung, Schuhwaren und Kopfbedeckungen; Ver-

mittlung von Handels- und Wirtschaftskontakten,  
auch über das Internet;

in das Markenregister eingetragen werden.

Mit Beschluss vom 4. Januar 2010 hat die Markenstelle für Klasse 16 die Anmeldung teilweise, nämlich für die Klassen 20 und 35, gemäß §§ 37 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Sie hat zur Begründung ausgeführt, das angemeldete Zeichen zeige die naturgetreue Darstellung eines Fußgestells in der Seitenansicht mit einer Art "Stopper" am linken und einer Rolle am rechten Ende des unteren quer verlaufenden Elements. Der senkrecht auf dem unteren Element abgebildete Knopf/Knauf weise auf die Höhenverstellbarkeit hin. Die angesprochenen breiten Verkehrskreise würden das Anmeldezeichen daher nur als Sachhinweis auf den handelsüblichen Fuß eines Stuhles oder anderer rollbarer und höhenverstellbarer Möbel und nicht als Herkunftshinweis verstehen. Zahlreiche funktionale Möbel würden mit einem solchen Fuß nebst Rollen und Stopper angeboten. Das hier abgebildete Fußgestell habe keine besonders auffällige Form oder Aufmachung, keinen Wiedererkennungseffekt und falle nicht aus dem Rahmen des Üblichen. Es handele sich daher lediglich um die übliche Darstellung eines Fußgestells für die Waren der Klasse 20 und symbolisiere die in Klasse 35 angemeldeten Dienstleistungen des Handels mit diesen Waren. Hinsichtlich der in Klasse 16 angemeldeten Waren könnten Schutzhindernisse derzeit nicht festgestellt werden, so dass für diese das Eintragungsverfahren nach Rechtskraft des Beschlusses fortgesetzt werde.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, mit der sie sinngemäß beantragt,

den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamtes vom  
4. Januar 2010 aufzuheben.

Sie vertritt die Auffassung, das DPMA habe den Nachweis dafür, dass eine derartige Ausgestaltung eines Fußgestells am Markt befindlich sei, nicht erbracht. Wie eine eigene Internetrecherche unter [www.google.de](http://www.google.de) mit dem Stichwort "Schreibtisch Fuß Bilder" (Bl. 31 - 34 GA) ergeben habe, seien Fußgestelle mit L-förmigen Füßen im Zusammenhang mit Schreibtischen bekannt. Diese wiesen aber keine charakteristischen Merkmale auf, sondern reduzierten sich auf die Tragfunktion und die Abstützung des Möbelkorpus. Demgegenüber habe die vorliegende Ausgestaltung charakteristische, weil unübliche, einzigartige Merkmale, nämlich die an der Rückseite des Fußes angeordnete, oberseitig abgedeckte Rolle, die am vorderen, dem Benutzer zugewandten freien Ende des Fußschenkels angeordnete Prallschutz-Abdeckung und die tropfenförmige Kontur an der Seite des Fußgestells. Die technische Funktionalität lasse sich gestalterisch völlig anders realisieren. Durch die bereits dargestellten kennzeichnenden Merkmale, insbesondere das tropfenförmige seitliche Element, das nicht auf die Höhenverstellung reduziert werden könne, habe das Anmeldezeichen eine besondere, unterscheidungskräftige Charakteristik. Hinzu komme, dass außer dem Fuß eines Stuhles oder anderer rollbarer Möbel andere Möbel, wie ein Schrank oder ein Regal, mit einem Fuß in der Form der angemeldeten Marke kaum ausgestattet sein dürften. Auch die zugehörigen Groß- und Einzelhandelsdienstleistungen mit den beanspruchten Waren sowie die Vermittlung von Handels- und Wirtschaftskontakten, auch über das Internet, könnten mit dem angemeldeten Zeichen unterscheidungskräftig gekennzeichnet sein. Dabei sei auch zu beachten, dass es sich um eine zweidimensionale Marke handele. Ein Freihaltebedürfnis bestehe ebenfalls nicht, weil es dem Wettbewerb frei bleibe, durch eine andersartige Ausgestaltung der betreffenden Waren den Hinweis auf ihr Unternehmen zu vermeiden.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die zulässige Beschwerde hat nach Einschränkung des Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses im tenorierten Umfang Erfolg.

Der Eintragung des angemeldeten Bildzeichens als Marke gemäß §§ 33 Abs. 2, 41 MarkenG stehen hinsichtlich der noch beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen in den Klassen 20 und 35 keine absoluten Schutzhindernisse entgegen.

1. Der Umstand, dass das DPMA das Eintragungsverfahren hinsichtlich der in Klasse 16 angemeldeten Waren, bei denen es Schutzhindernisse derzeit nicht festgestellt hat, erst nach Rechtskraft der Entscheidung über den zurückgewiesenen Teil der Anmeldung fortsetzen will, rechtfertigt keine Zurückverweisung der Sache an das DPMA gemäß § 70 Abs. 3 Nr. 1 oder 2 MarkenG, weil das DPMA nach § 37 Abs. 5 MarkenG zur teilweisen Zurückweisung der Anmeldung berechtigt ist, wenn nach seiner Ansicht für einen Teil der angemeldeten Waren oder Dienstleistungen absolute Schutzhindernisse bestehen.
2. Das angemeldete Bildzeichen ist markenfähig im Sinne von § 3 Abs. 1 MarkenG, weil es abstrakt geeignet ist, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von solchen anderer Unternehmen zu unterscheiden.
3. Es kann auch nicht festgestellt werden, dass der vorliegenden zweidimensionalen Abbildung in Bezug auf die noch beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG fehlt.
  - a) Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unter-

scheidungsmittel aufgefasst zu werden, das die in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese Waren oder Dienstleistungen somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (BGH GRUR 2006, 850, 854 Rdnr. 18 - FUSSBALL WM 2006; 2008, 1093, 1094 Rdnr. 13 - Marlene-Dietrich-Bildnis). Denn die Hauptfunktion der Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. u. a. EuGH GRUR 2006, 233, 235 Rdnr. 45 - Standbeutel; 229, 230 Rdnr. 27 - BioID; GRUR 2008, 608, 611 Rdnr. 66 - EUROHYPO; BGH a. a. O. - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard; GRUR 2008, 710 Rdnr. 12 - VI-SAGE; GRUR 2009, 949 Rdnr. 10 - My World). Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ein Eintragungshindernis begründet, ist ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft genügt, um das Schutzhindernis zu überwinden (BGH a. a. O. - FUSSBALL WM 2006; a. a. O. - Marlene-Dietrich-Bildnis; GRUR 2009, 411 Rdnr. 8 - STREETBALL; 778, 779 Rdnr. 11 - Willkommen im Leben; 949 f. Rdnr. 10 - My World). Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft ist die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise, wobei auf die Wahrnehmung des Handels und/oder des normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen ist (EuGH GRUR 2004, 943, 944 Rdnr. 24 - SAT 2; GRUR 2006, 411, 412 Rdnr. 24 - Matratzen Concord/Hukla; BGH a. a. O. - FUSSBALL WM 2006). Ebenso ist zu berücksichtigen, dass der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in seiner Gesamtheit mit allen seinen Bestandteilen so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt, ohne es einer analysierenden Betrachtungsweise zu unterziehen (vgl. u. a. EuGH GRUR 2004, 428, 431 Rdnr. 53 - Henkel). Diese Grundsätze gelten auch für ein als Marke angemeldetes Bildzeichen, das nur dann nicht mehr unterscheidungskräftig ist, wenn es



die im Warenverzeichnis genannten Waren naturgetreu bildlich wiedergibt (BGH GRUR 2004, 507, 509 - Transformatorengehäuse; a. a. O. 683, 684 - Farbige Arzneimittelkapsel) oder wenn es sich bei ihm um eine einfache geometrische Form oder ein sonstiges einfaches graphisches Gestaltungselement handelt, und eine solche Gestaltung - wie den Verbrauchern aus Erfahrung bekannt ist - in der Werbung, auf der Ware, ihrer Verpackung oder auf Geschäftsbriefen üblicherweise in bloß ornamentaler, schmückender Form verwendet wird (BGH GRUR 2000, 502, 503 - St. Pauli Girl; GRUR 2001, 734, 735 - Jeanshosentasche). Es kann aber auch eine naturgetreue Wiedergabe einer Ware unterscheidungskräftig sein, sofern sie über warentypische oder lediglich dekorative Merkmale hinausgehende charakteristische Merkmale aufweist (BGH GRUR 2008, 505, 508 Rdnr. 25 - TUC-Salzcracker), die rheblich von der Norm oder Branchenüblichkeit abweichen (EuGH GRUR Int. 2008, 43, 45 Rdnr. 37 - Rot-weiße rechteckige Tablette mit blauem ovalen Kern). Die Marke darf sich daher nicht in der Wiedergabe technisch-funktioneller oder typischer ästhetischer Formen der beanspruchten Ware erschöpfen, sondern muss davon erheblich abweichende charakteristische Merkmale aufweisen, die aus dem Rahmen der gebräuchlichen Gestaltungsvielfalt auf dem jeweiligen Warengebiet fallen und für die angesprochenen Verkehrskreise auch erkennbar sind. Nach diesen Grundsätzen verfügt das hier in Rede stehende Bildzeichen in Bezug auf die noch beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen über das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft.

- b) Das angemeldete Bildzeichen gibt in zweidimensionaler Darstellung den Teil eines Möbelstücks wieder, nämlich ein L-förmiges Fußgestell. Solche L-förmigen Fußgestelle sind vor allem im Büro- und Kinder-/Jugendmöbelbereich für Tische, insbesondere Schreib- oder Computertische, in vielen verschiedenen Gestaltungsvarianten zu finden, wie ei-

ne Recherche des Senats in Katalogen und auf Internetseiten von Möbelherstellern (Bl. 39 - 58 GA) sowie eine Recherche der Beschwerdeführerin unter [www.google.de](http://www.google.de) mit dem Stichwort "Schreibtisch Fuß Bilder" (Bl. 31 - 34 GA) ergeben hat.

- c) Da die noch in Klasse 20 angemeldeten Waren, nämlich "Schränke, Bürocontainer (Möbel), Regale", nicht mit L-förmigen Fußgestellen in der vorliegenden Art ausgestattet sind, gibt das angemeldete Bildzeichen weder einen Teil dieser Waren bildlich wieder (vgl. BGH a. a. O. - Transformatorenhäuser), noch handelt es sich bei dieser technischen Zeichnung um ein einfaches graphisches Gestaltungselement, das in der Werbung, auf der Ware, ihrer Verpackung oder auf Geschäftsbriefen üblicherweise in bloß ornamentaler, schmückender Form verwendet wird (vgl. BGH a. a. O. - St. Pauli Girl; a. a. O. - Jeanshosen-tasche). In Verbindung mit den noch beanspruchten Waren wirkt das verfahrensgegenständliche Bildzeichen vielmehr derart ungewöhnlich, dass der Verkehr in ihm einen Hinweis auf die betriebliche Herkunft sehen wird.
  
- d) Die erforderliche Unterscheidungskraft kommt dem Bildzeichen auch für die noch in Klasse 35 angemeldeten "Großhandelsdienstleistungen und Einzelhandelsdienstleistungen mit Leuchten, mit Büroartikeln und Büroordnungsmaterialien, mit Taschen und Schultaschen, mit Schränken, Bürocontainern (Möbel), Regalen, mit Webstoffen und Textilwaren, mit Bekleidung, Schuhwaren und Kopfbedeckungen; Vermittlung von Handels- und Wirtschaftskontakten, auch über das Internet" zu.
  - aa) Denn, wie bereits erörtert, weist das Bildzeichen für die noch in Klasse 20 beanspruchten Waren, nämlich "Schränke, Bürocontainer (Möbel), Regale", einen Herkunftshinweis auf, was sich auf die noch angemeldeten Groß- und Einzelhandelsdienstleistungen

gen mit diesen Waren überträgt. Denn die Tätigkeit des Groß- und Einzelhandels setzt zu veräußernde Gegenstände voraus.

- bb) Die von den Groß- und Einzelhandelsdienstleistungen erfassten Waren, wie Leuchten, Büroartikel, Büroordnungsmaterialien, Taschen, Schultaschen, Webstoffe, Textilwaren, Bekleidung, Schuhwaren und Kopfbedeckungen, werden von dem Bildzeichen nicht ansatzweise wiedergegeben.

Selbst wenn man in der am unteren Ende des senkrecht abgebildeten Stützelements angebrachten tropfenförmigen Kontur mit innenliegendem Doppelkreis eine Lampe erkennen sollte, wäre deren Anbringung und Umgebung derart ungewöhnlich, dass dem Bildzeichen aufgrund dieser Besonderheit ebenfalls nicht die Eignung abgesprochen werden könnte, die gekennzeichneten Waren von denjenigen anderer Herkunft zu unterscheiden.

- cc) Ein Bezug zu der in Klasse 35 angemeldeten Dienstleistung "Vermittlung von Handels- und Wirtschaftskontakten, auch über das Internet" kann dem Bildzeichen ebenfalls nicht entnommen werden.

2. Nach alledem ist auch nicht erkennbar, dass das Anmeldezeichen zugunsten von Mitbewerbern im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG freizuhalten wäre.

Vorsitzende Richterin Grabrucker ist aufgrund urlaubsbedingter Abwesenheit gehindert zu unterschreiben.

Dr. Kortbein

Kortge

Dr. Kortbein

Hu