



BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 8/11

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2008 003 507.2

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 15. März 2011 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Knoll, des Richters Metternich und der Vorsitzenden Richterin am Landgericht Grote-Bittner

beschlossen:

Die Beschwerde der Anmelderin wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Bezeichnung

COCKPIT

ist am 19. Januar 2008 zur Eintragung in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Markenregister für folgende Waren angemeldet worden:

"Brillen (Optik), Brillengläser".

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat diese unter der Nr. 30 2008 003 507.2 geführte Anmeldung nach entsprechender Beanstandung mit Beschluss durch eine Beamtin des höheren Dienstes zurückgewiesen.

Nach Auffassung der Markenstelle stehen dem angemeldeten Zeichen die Schutzhindernisse des § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG entgegen. Es enthalte nur rein beschreibende Angaben für die beanspruchten Waren und ihm fehle die Unterscheidungskraft. Der angesprochene Verkehr verstehe unter dem zum deutschen Wortschatz gehörenden Wort "Cockpit", mit dem u. a. die Kabine eines Piloten bezeichnet werde, im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren eine Bezeichnung dafür, dass diese zur Verwendung im Flugzeug-Cockpit geeignet und

bestimmt seien. Mit diesem Sinngehalt sei der Begriff "Cockpitbrille" auch gebräuchlich.

Dagegen richtet sich die von der Anmelderin erhobene Beschwerde.

Sie meint, dass der angemeldeten Wortmarke keine Schutzhindernisse entgegenstünden. Unterscheidungskraft könne ihr nicht abgesprochen werden, da von dem Durchschnittsverbraucher in dem Zeichen nicht unmissverständlich und eindeutig der von der Markenstelle angenommene Aussagegehalt erkannt werde. Als "Cockpit" werden nach dem deutschen Wortschatz auch der "Fahrersitz in einem Rennwagen" und "vertiefter Sitzraum für die Besatzung von Jachten u. ä." bezeichnet. Die von der Markenstelle angeführten Belege beträfen nur den Begriff "Pilotenbrille", dessen rein beschreibender Charakter nicht in Abrede gestellt werde.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 14. Dezember 2009 aufzuheben.

Die Anmelderin hatte des weiteren die Durchführung einer mündlichen Verhandlung beantragt. Diesen Antrag hat sie zurückgenommen, nachdem sie eine Terminladung mit einem eingehenden rechtlichen Hinweis des Senats erhalten hat.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den angefochtenen Beschluss der Markenstelle, die Schriftsätze der Anmelderin und auf den übrigen Akteninhalt verwiesen.

II.

Die Beschwerde ist zulässig, insbesondere gemäß § 66 Abs. 1 Satz 1 MarkenG statthaft. Sie ist jedoch unbegründet, da der angemeldeten Marke jedenfalls das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegensteht, so dass die Markenstelle die Anmeldung zu Recht zurückgewiesen hat, § 37 Abs. 1 MarkenG.

1. Unterscheidungskraft ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als betrieblicher Herkunftshinweis aufgefasst zu werden. Denn die Hauptfunktion einer Marke liegt darin, die Ursprungsidentität der durch die Marke gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. EuGH GRUR 2004, 428 [Tz. 30, 31] "Henkel"; BGH GRUR 2006, 850 [Tz. 18] "FUSSBALL WM 2006"). Keine Unterscheidungskraft besitzen insbesondere Bezeichnungen, denen der Verkehr im Zusammenhang mit den beanspruchten Produkten lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnet (vgl. BGH 2006, 850 [Tz. 19] "FUSSBALL WM 2006"; EuGH GRUR 2004, 674 [Tz. 86] "Postkantoor"). Darüber hinaus fehlt die Unterscheidungskraft u.a. aber auch solchen Angaben, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Produkte zwar nicht unmittelbar betreffen, mit denen aber ein enger beschreibender Bezug zu dem betreffenden Produkt hergestellt wird (vgl. BGH - FUSSBALL WM 2006 a. a. O.). Jedenfalls im letztgenannten Sinne fehlt der angemeldeten Marke die Unterscheidungskraft.

Die Bezeichnung "COCKPIT" entstammt für den Verkehr ohne weiteres erkennbar aus dem englischen Wort "Cockpit". Dieser Begriff ist auch im Deutschen gebräuchlich, er bezeichnet eine Kabine eines Piloten, einen Fahrersitz in einem Rennwagen oder einen vertieften, ungedeckten Sitzraum für die Besatzung in Segel- und Motorbooten (s. Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 6. Aufl.), wobei der Verkehr diesen Begriff in erster Linie mit einer (Flugzeug-)Pilotenkabine in Verbindung bringt.

Im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren verbindet der Verkehr mit der Bezeichnung "COCKPIT" die Vorstellung, dass die Brillen/Brillengläser über spezielle Eigenschaften verfügt, wie z. B. besondere Formen, spezielles Brillenglas zum Schutz vor starken UV-Strahlen, um im Cockpit von Piloten eingesetzt werden zu können, zumal sich aus den bereits im Verfahren befindlichen Unterlagen (vgl. die mit dem Beschluss der Markenstelle für Klasse 9 vom 14. Dezember 2009 übersandten Rechercheunterlagen, Bl. 12 - 14 d. Patentamtsakte) hinreichend eindeutig ergibt, dass es spezielle Brillen und spezielle Brillengläser gibt, die besonders geeignet sind für (Flugzeug-) Piloten bzw. zum Einsatz in einem (Flugzeug-) Cockpit. Zwischen der Bezeichnung Pilotenbrille, welche die Anmelderin selbst als rein beschreibend ansieht, und "Cockpit"(brille) besteht hinsichtlich ihres beschreibenden Gehaltes im Zusammenhang mit den relevanten Waren kein Unterschied. Mit beiden Bezeichnungen wird die oben dargestellte Verwendung und Eignung dieser Brillen beschrieben.

Der Ansicht der Anmelderin, dass die Bedeutung des Begriffs "COCKPIT" nicht eindeutig sei, sondern mehrdeutig und deshalb schutzfähig sei, kann nicht gefolgt werden. Die Anmelderin lässt hierbei zum einen außer acht, dass der beschreibende Gehalt einer Marke nicht abstrakt, sondern in Bezug auf die beanspruchten Waren zu beurteilen ist (vgl. Ströbele in Ströbele/Hacker, MarkenG, 9. Aufl., § 8 Rn. 252 m. w. N.). Zum anderen ist zu beachten, dass selbst die Mehrdeutigkeit eines Begriffs bzw. einer Bezeichnung regelmäßig dann nicht zur Schutzfähigkeit führt, wenn zumindest eine der Bedeutungen für die beanspruchten Produkte beschreibenden Charakter hat (vgl. EuGH GRUR 2004, 147 [Tz. 32] - DOUBLEMINT; BGH GRUR 2008, 900 [Tz. 15] - SPA II), was hier der Fall ist.

Aufgrund der vorgenannten Umstände spricht einiges dafür, dass die Bezeichnung "COCKPIT" sich im Zusammenhang mit Brillen und Brillengläser auch zur Bezeichnung von Merkmalen dieser Waren i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG eignet, so dass auch dieses Schutzhindernis gegeben sein dürfte. Letztendlich kann dies aber offen bleiben, da jedenfalls das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG gegeben ist.

2. Der Durchführung einer mündlichen Verhandlung bedurfte es nicht mehr, nachdem die Anmelderin ihren Antrag nach § 69 Nr. 1 MarkenG zurückgenommen hatte. Eine mündliche Verhandlung war aus anderen Gründen auch nicht angezeigt.

Knoll

Metternich

Grote-Bittner

Hu