



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 510/12

(Aktenzeichen)

An Verkündungs Statt
zugestellt am
21. Mai 2012

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2010 011 600.5

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 18. April 2012 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Fuchs-Wissemann sowie des Richters Reker und des Richters am Landgericht Hermann

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 18 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 1. September 2011 aufgehoben, soweit die Anmeldung für die Waren der Klasse 14 „Edelmetalle und deren Legierungen, sowie daraus hergestellte oder damit plattierte Waren, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Juwelierwaren, Schmuckwaren, Edelsteine“ und der Klasse 18 „Häute und Felle“ zurückgewiesen worden ist; im Übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Markenstelle für Klasse 18 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat die Anmeldung der für die Waren

„Uhren und Zeitmessinstrumente, Edelmetalle und deren Legierungen, sowie daraus hergestellte oder damit plattierte Waren, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Juwelierwaren, Schmuckwaren, Edelsteine; Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Häute und Felle; Reise- und Handkoffer; Regenschirme, Sonnenschirme und Spazierstöcke, Bekleidungsstücke, Schuhwaren und Kopfbedeckungen“

bestimmten Wort-/Bildmarke



mit Beschluss vom 1. September 2011 zurückgewiesen.

Zur Begründung hat sie ausgeführt, dass das Anmeldezeichen in seiner Gesamtwirkung nicht unterscheidungskräftig sei. Die englischen Begriffe Travel und Collection seien dem inländischen Verkehr geläufig und würden nicht als Herkunftshinweis aufgefasst, sondern als Beschreibung dahin, dass die damit versehenen Waren zum Reisen geeignet seien. Die stilisierte Globusdarstellung sei werbeüblich und nicht geeignet, die mangelnde Unterscheidungskraft der Worte selbst zu beseitigen. Aus Voreintragungen, die zudem nicht vergleichbar seien, könne die Anmelderin keine Rechte herleiten.

Hiergegen wendet sich die Anmelderin mit ihrer Beschwerde vom 30. September 2011 und nimmt zunächst Bezug auf ihren bereits gegenüber der Markenstelle eingereichten Schriftsatz vom 17. September 2010. Sie geht mit Blick auf den anzulegenden Maßstab bei der Unterscheidungskraft davon aus, dass bereits das Worтеlement „Travel Collection“ unterscheidungskräftig genug sei, zumal der maßgebliche Durchschnittsverbraucher die Begriffe schon nicht zu übersetzen vermöge, wobei auch „Collection“ eher als Sammlung aufgefasst würde, denn als Kollektion. Im Übrigen sei die graphische Gestaltung des ange-

meldeten Zeichens in einer Weise anspruchsvoll, dass eine möglicherweise fehlende Unterscheidungskraft allein der Worte überwunden würde. Schließlich sei auch den Voreintragungen zu entnehmen, dass das Anmeldezeichen ausreichend unterscheidungskräftig sei.

Die Anmelderin beantragt,

den Beschluss vom 1. September 2011 aufzuheben.

II.

Die Beschwerde ist zulässig, in der Sache jedoch nur im aus dem Tenor ersichtlichen Umfang begründet, da der Eintragung der angemeldeten Wort-/Bildkombination für die weiter beanspruchten Waren der Klasse 14 „Uhren und Zeitmessinstrumente“, der Klasse 18 „Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus, so weit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind, Sonnenschirme und Spazierstöcke, und der Klasse 25 „Bekleidungsstücke, Schuhwaren und Kopfbedeckungen“ die Vorschriften des § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG entgegenstehen.

Die Unterscheidungskraft einer Marke ist im Hinblick auf die Waren oder Dienstleistungen, für die sie eingetragen werden sollen, zu beurteilen, wobei es auf die Anschauung der maßgeblichen Verkehrskreise ankommt. Dabei ist auf mutmaßliche Wahrnehmung eines normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen. Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einem Zeichen innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, das die in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese Waren oder Dienstleistungen somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet. Denn die Hauptfunktion der Marke besteht darin, die Ur-

sprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. BGH GRUR 2006, S. 850 - FUSSBALL WM 2006 Rdn. 18 ff.). Enthalten die Wortbestandteile einer Bezeichnung einen beschreibenden Begriffsinhalt, der für die in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen ohne weiteres und ohne Unklarheiten als solcher erfasst wird, ist der angemeldeten Bezeichnung die Eintragung als Marke wegen Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft zu versagen. Bei derartigen beschreibenden Angaben gibt es keinen tatsächlichen Anhaltspunkt, dass der Verkehr sie als Unterscheidungsmittel versteht (vgl. BGH GRUR 2001, 1151 - marktfrisch). Auch Angaben, die sich auf Umstände beziehen, die die Ware oder Dienstleistung selbst nicht unmittelbar betreffen, fehlt eine hinreichende Unterscheidungskraft, wenn durch die Angabe ein enger beschreibender Bezug zu den angemeldeten Waren oder Dienstleistungen hergestellt wird und deshalb die Annahme gerechtfertigt ist, dass der Verkehr den beschreibenden Begriffsinhalt als solchen ohne weiteres und ohne Unklarheiten erfasst und in der Bezeichnung nicht ein Unterscheidungsmittel für die Herkunft der angemeldeten Waren oder Dienstleistungen sieht.

Angesicht dessen ist die Markenstelle vorliegend zutreffend davon ausgegangen, dass die angemeldete Gesamtbezeichnung unmittelbar beschreibend zum Ausdruck bringt, dass es sich bei den zurückzuweisenden Waren um Teile einer zu Reisezwecken geeigneten und mit einer weltläufigen Anmutung versehenen Kollektion handelt.

Für diese Waren ergibt sich ein unmittelbar beschreibender Sinn der Worte Travel Collection. Dies erschließt sich zwanglos, soweit Reise- und Handkoffer und aus Leder bzw. Lederimitaten angefertigte Reisebedarfsartikel wie Kulturbbeutel betroffen sind. Auch Bekleidungsstücke, Schuhe und Kopfbedeckungen können besonders geeignet für Reisezwecke entworfen sein. Nichts anderes gilt schließlich für Uhren und andere Zeitmessinstrumente, die ihrerseits ebenso besonders für Reisezwecke geeignet sein können, wobei z. B. zu denken ist an Piloten- oder Fliegeruhren, Taucheruhren, Reisewecker u. ä.. Der unmittelbar beschreibende

Charakter des Anmeldezeichens wird auch eindrucksvoll belegt durch eine Google-Suche mit den Worten Travel Collection, die unzählige Treffer ergibt, die jeweils auch Gepäckstücke, Bekleidungsstücke und Uhren betreffen; ähnlich sind die Ergebnisse bei einer entsprechenden Bildsuche.

Auch die bildliche Darstellung weist nicht die erforderliche Eigenart und Prägnanz auf, mit der eine schutzfähige Gesamtgestaltung geschaffen werden könnte. Denn nur wenn die grafische Gestaltung einen über den Rahmen des Üblichen hinausreichenden, den beschreibenden Charakter aufhebenden Gesamteindruck vermittelt, sind keine rechtlichen Bedenken gegen die Eintragung einer an sich schutzunfähigen Angabe gegeben. Auch insoweit ist entgegen der Ansicht der Anmelderin mit der Markenstelle davon auszugehen, dass der stilisierte Globus selbst nicht geeignet ist, hier zu Schutzfähigkeit zu verhelfen. So ist die kreisförmige Anordnung der Wortbestandteile der runden Form des Globus geschuldet und eine werbeübliche Gestaltungsform, wozu auch die trennenden Punkte zählen. Was den stilisierten Globus selbst betrifft, tritt der Senat der Ansicht der Markenstelle bei, dass dieses Gestaltungsmittel nicht von der vermittelten Sachaussage fortführt, sondern die Sachaussage „reisegeeignet“ noch unterstreicht.

Auf die Entscheidungen des Bundespatentgerichts 32 W (pat) 213/99 - Kuschel Kollektion, 24 W (pat) 154/94 Color Collection und 27 W (pat) 49/95 - Dream Collection wird ergänzend Bezug genommen.

Schließlich ergibt sich auch nichts aus den von der Anmelderin erwähnten Voreintragungen. Die genannten Entscheidungen des 29. Senats sind Einzelentscheidungen geblieben, denen das Gericht im Übrigen nicht gefolgt ist, wie der angefochtene Beschluss zutreffend ausführt. Im Übrigen ist der Markenstelle dahin beizutreten, dass die von der Anmelderin angeführten Voreintragungen sich insbesondere grafisch von der Anmeldemarke unterscheiden. Das gilt auch für die mit Anlage 3 und in der mündlichen Verhandlung eingereichten Beispielmarken.

Hier liegen durchweg insbesondere grafisch anspruchsvollere Gestaltungen vor, die für das Anmeldezeichen nichts zu Gunsten der Anmelderin ergeben.

Zu folgen war der Anmelderin allerdings im aus dem Tenor ersichtlichen Umfang. Denn für die dort genannten Waren kann der Senat einen beschreibenden Sinngehalt nicht erkennen, weil ein sachlicher Zusammenhang mit Reisen nicht besteht. Deshalb war der angefochtene Beschluss zum Teil aufzuheben.

Dr. Fuchs-Wisseemann

Reker

Hermann

Bb