



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 502/13

(Aktenzeichen)

An Verkündungs Statt
zugestellt am
22. Mai 2014

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung Nr. 30 2012 014 905

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts aufgrund mündlicher Verhandlung vom 18. März 2014 unter Mitwirkung des Richters Hermann als Vorsitzender, der Richterin Dorn sowie des Richters k.A. Schmid

beschlossen:

Der Beschluss der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 28. November 2012 wird aufgehoben.

Gründe

I.

Die Wortmarke Nr. 30 2012 014 905

Home & Garden Landpartie

ist am 15. Februar 2012 für Waren- und Dienstleistungen der Klassen 16, 35, 38, 41 und 42 zur Eintragung in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Markenregister angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung nach Beanstandung durch Beschluss vom 28. November 2012 zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, der angemeldeten Marke fehle jegliche Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 i.V.m. § 37 Abs. 1 MarkenG. Die sprachüblich gebildete Wortkombination zeige einen Ausflug in einer ländlichen Gegend an, der dem Thema „Haus & Garten“ gewidmet sei. Die Wortfolge beschränke sich auf die Benennung des Gegenstands der angemeldeten Waren und Dienstleistungen, insbesondere der Präsentation von Wohn- und Gartenkultur in ländlichem Umfeld, und sei daher ungeeignet, als betrieblicher Herkunftshinweis wahrgenommen zu werden.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Die angemeldete Marke entbehre eines unmittelbar und ohne Unklarheit erkennbaren Hinweises auf den Inhalt der angemeldeten Waren oder Dienstleistungen. Der Bestandteil „Home & Garden“ entziehe sich einer plausiblen Begriffsverbindung mit dem dynamischen Element „Landpartie“, der das von der Markenstelle unbeachtete Moment des Wegfahrens umfasse. Zudem weise die Prägnanz der aus englisch- und deutschsprachigen Elementen gebildeten Wortfolge eine gewisse Originalität auf.

Nach Erörterung der Sach- und Rechtslage in der mündlichen Verhandlung am 18. März 2014 hat die Anmelderin das Eintragungsbegehren gemäß Erklärung vom 14. April 2014 auf folgende Fassung des Verzeichnisses der Waren und Dienstleistungen beschränkt:

- 16: Blöcke [Papier- und Schreibwaren]; Büroartikel;

- 35: Büroarbeiten; Vermietung von Ausstellung- und Messeständen; Öffentlichkeitsarbeit (public relations); Werbung, Vermieten von Werbe- und Präsentationsflächen, auch in elektronischen Medien; Erstellen von Statistiken; Marketing, Marktforschung und Marktanalyse; Verkaufsförderung (sales Promotion für Dritte).

Die Anmelderin beantragt,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 28. November 2012 aufzuheben.

II.

Die zulässige Beschwerde ist nach der im Beschwerdeverfahren erklärten Beschränkung des Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses begründet. Der Eintragung der angemeldeten Marke stehen für die Waren und Dienstleistungen, die noch Gegenstand des Eintragungsbegehrens sind, die Schutzhindernisse des § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG nicht entgegen. Der angemeldeten Marke fehlt insoweit nicht jegliche Unterscheidungskraft i.S.d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG noch kann sie der Beschreibung von Merkmalen der beanspruchten Waren und Dienstleistungen dienen (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG).

Wie die Markenstelle im Ausgangspunkt zutreffend angenommen hat, weist eine Angabe keine Unterscheidungskraft i.S.d. der vorstehend genannten Bestimmung des MarkenG auf, wenn ihr die Eignung fehlt, die Waren und Dienstleistungen, für welche die Eintragung beantragt wird, als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und diese Waren und Dienstleistungen von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden; denn die Hauptfunktion der Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der Waren und/oder Dienstleistungen zu gewährleisten (EuGH GRUR Int. 2005, 2012 - BioID; BGH GRUR 2003, 1050 - Cityservice). Die Unterscheidungskraft einer Marke ist in Bezug auf die einzelnen, konkret beanspruchten Waren und/oder Dienstleistungen zu beurteilen (EuGH GRUR 2003, 514 – Linde, Winward u. Rado). Deshalb kann eine Marke für bestimmte Waren und Dienstleistungen unterscheidungskräftig sein, während ihr für andere die Unterscheidungskraft fehlt (EuGH GRUR 2004, 674 - Postkantoor).

Die angemeldete Marke stellt für die noch beanspruchten Waren und Dienstleistungen keine unmittelbar beschreibende Angabe dar. Der durch die Markenstelle im Kern zutreffend ermittelte Gehalt des angemeldeten Gesamtbegriffs in der Bedeutung von Haus- und Gartenausstattung, die während eines – ggf. gedanklichen – Ausflugs in eine ländlich geprägte Region vorgestellt wird, wird

durch das angesprochene Publikum insoweit nicht als bloße Umschreibung produktbezogener Merkmale verstanden.

Bezogen auf die schon nicht der Hauseinrichtung („Home“) zurechenbaren Waren *Blöcke (Kl. 16)* und *Büroartikel* umschreibt das Zeichen keine Warenmerkmale. Bloße Motive, mit denen diese Waren möglicher Weise versehen sein können, sind insofern nicht Gegenstand warenbezogener Aussagen.

Keine beschreibendes oder sonst dem Verständnis als Herkunftshinweis entgegenstehendes Verständnis des Zeichens greift auch bezogen auf die noch beanspruchten Dienstleistungen der Kl. 35 Platz. In diesem Bereich sind die im Wesentlichen angesprochenen Geschäftskunden im Zusammenhang der Benennung von Leistungseigenschaften vorrangig an Angaben zur Art des Mediums oder der Branche, auf die insbesondere Werbeleistungen bezogen sind, gewöhnt (BGH GRUR 2009, 949 Rn. 24 – My World). Derartigen Inhalt bringt das Zeichen nicht zum Ausdruck.

Der Inhalt der angemeldeten Marke ist ferner ungeeignet, die Dienstleistung „Vermietung von Ausstellung- und Messeständen“ näher zu bestimmen. Die Bewerbung derartiger Leistungen bezieht sich regelmäßig nicht oder allenfalls stark verallgemeinernd auf ein bestimmtes Ambiente, das die Gestaltung der Stände gegebenenfalls vermitteln kann. Auch bezogen auf „Büroarbeiten“ gibt das Zeichen nicht in sinnfälligerweise sachliche Merkmale der Dienstleistung an.

Bei dieser Sachlage kann der angemeldete Begriff auch nicht der Beschreibung von Produktmerkmalen dienen (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG). Der Eintragung der Marke stehen daher keine Schutzhindernisse entgegen.

Hermann

Dorn

Schmid

Hu