

BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 60/99

(Aktenzeichen)

An Verkündungs Statt
zugestellt am

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 398 36 371.4

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 14. März 2001 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Schülke sowie der Richter Kraft und Reker

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluß der Markenstelle für Klasse 34 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 17. November 1998 aufgehoben.

Gründe

I.

Die Markenstelle für Klasse 34 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die für die Waren

"Tabak, Tabakerzeugnisse, insbesondere Cigaretten; Raucherartikel soweit in Klasse 34 enthalten; Streichhölzer"

angemeldete Wortmarke

golden

wegen des Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, bei dem zur Eintragung als Marke angemeldeten Wort handele es sich um eine allgemein bekannte Farbangabe, die zum einen als Hinweis auf die Gestaltung von Warenverpackungen in Betracht komme und zum anderen unmittelbar die Beschaffenheit der beanspruchten Waren beschreibe. Die Farbe "golden" spiele bei den Verpackungen der beanspruchten Waren und den Waren selbst eine wichtige Rolle. Die Bezeichnung "golden" komme etwa in der Bezeichnung verschiedener goldgelber Virginiatabake vor, wie zB "Golden Cure", "Golden Harwest" oder "Golden Wilt". Raucherartikel, wie zB Zigarettentuis, Zigarettenspitzen oder Feuerzeuge

seien häufig aus goldfarbenen Materialien hergestellt. Zudem diene der Begriff "golden" in der Werbung allgemein als Hinweis auf eine besondere Qualität der Waren. Es liege für den Verkehr deshalb nahe, in dem Markenwort nur eine beschreibende Angabe zu sehen. Soweit sich die Anmelderin auf Voreintragungen von Farbbezeichnungen als Marke berufe, sei keine Vergleichbarkeit gegeben, weil sich die eingetragenen Marken von der hier beanspruchten dadurch unterscheiden, daß sie neben der Farbbezeichnung noch weitere Bestandteile enthielten.

Hiergegen wendet sich die Anmelderin mit der Beschwerde. Sie ist der Auffassung, der Verkehr werde die angemeldete Farbbezeichnung bei markenmäßiger Verwendung als solche und nicht nur als Angabe über die Farbe der Ware oder der Verpackung verstehen. Es sei auf dem Gebiet der Tabakerzeugnisse und Raucherartikel nicht üblich, auf die farbliche Gestaltung der Ware oder ihrer Verpackung besonders hinzuweisen, da es sich um Massenartikel handele. Ein Hinweis auf die Verpackungsfarbe sei auch überflüssig, weil diese für den Verkehr keine wesentliche Eigenschaft der Ware sei. Die Farbe der Verpackung sei für den Käufer zudem offensichtlich. Soweit die Markenstelle sich zur Stützung ihrer Rechtsauffassung auch darauf bezogen habe, daß der Begriff "golden" zur Bezeichnung einer besonderen Qualität der Waren diene, könne hieraus die Schutzunfähigkeit nicht hergeleitet werden, weil es sich insoweit nicht um eine konkret warenbeschreibende Angabe handele, sondern um eine solche, die sich in undeutlichen Anklängen erschöpfe.

Die Anmelderin hat das Warenverzeichnis der Anmeldung beschränkt auf

"Tabak, Tabakerzeugnisse, insbesondere Zigaretten; Streichhölzer"

und beantragt,

den Beschluß der Markenstelle 34 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 17. November 1998 aufzuheben.

II.

Die zulässige Beschwerde ist begründet. Der Eintragung der angemeldeten Wortmarke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Markenregister stehen die Schutzhindernisse des § 8 MarkenG für die im Warenverzeichnis verbliebenen Waren nicht entgegen.

Bei der angemeldeten Marke handelt es sich im Hinblick auf diese Waren nicht um eine Angabe, die im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit oder sonstiger Merkmale der Waren dienen kann (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG). Nach der genannten Bestimmung sind zwar auch solche Angaben vom Markenschutz ausgeschlossen, die noch nicht als beschreibende Angabe verwendet werden, sofern sie gegenwärtig für eine solche Verwendung geeignet erscheinen (EuGH GRUR 1999, 723, 726 – Chiemsee). Die Zurückweisung einer angemeldeten Wortmarke gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG setzt jedoch voraus, daß es sich bei dieser um eine konkret warenbezogene beschreibende Sachaussage handelt, die auf eine bestimmte für den Verkehr bedeutsame Eigenschaft der Ware selbst Bezug nimmt (BGH GRUR 1998, 465, 467 – BONUS). Voraussetzung für eine Schutzverweigerung ist ferner, daß der beschreibende Inhalt der als Wortmarke beanspruchten Bezeichnung eindeutig ist (BGH MarkenR 1999, 400 f. – FÜNFER).

Unter Zugrundelegung dieser rechtlichen Grundsätze kann nicht davon ausgegangen werden, daß die angemeldete Marke für die nach der Einschränkung des Warenverzeichnisses noch beanspruchten Waren zur Bezeichnung von deren Eigenschaften iSd § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG dienen kann.

Die von der Markenstelle für die Zurückweisung der angemeldeten Marke ua angeführte Begründung, die Farbe "Gold" und damit auch die Bezeichnung "golden" spielten bei Zigarettenverpackungen eine bedeutende Rolle, vermag die getroffene Entscheidung schon deshalb nicht zu tragen, weil nach der oa Bestimmung des Markengesetzes nur solche Wörter von der Eintragung ausgeschlossen sind, die zur Bezeichnung von Eigenschaften der Ware selbst dienen können.

Für Tabake und Tabakerzeugnisse stellt die Bezeichnung "golden" in Alleinstellung nach den dem Senat zur Verfügung stehenden Quellen keine Angabe über die Beschaffenheit der Waren dar. Eine entsprechende Schlußfolgerung läßt sich nicht aus den von der Markenstelle ermittelten Fachbezeichnungen ziehen; denn bei den Bezeichnungen "Golden Cure", "Golden Harwest" und "Golden Wilt" handelt es sich um Gesamtbegriffe, die nur in den jeweiligen Wortverbindungen ihren besonderen, beschreibenden Begriffsinhalt aufweisen und deshalb nicht geeignet sind, ein Freihaltungsbedürfnis an der deutschen wie auch englischen Farbbezeichnung "golden" in Alleinstellung zu begründen.

Tabake und Tabakerzeugnisse sind durchweg nicht golden, sondern bestehen allgemein aus helleren oder dunkleren bräunlichen Tabaken, die bei Zigaretten von einem weißen Zigarettenpapier umhüllt sind. Auch die Zigarettenfilter sind regelmäßig nicht von goldener Farbe. Für die Annahme, daß Zigaretten oder einzelne ihrer Bestandteile künftig auch eine goldene Farbe aufweisen könnten, fehlt es an hinreichenden tatsächlichen Anhaltspunkten.

Der Farbbezeichnung "golden" in Alleinstellung fehlt es auch an der für eine Eignung als warenbeschreibende Angabe erforderlichen Konkretheit und Eindeutigkeit, weil der Verkehr ihr ohne die Hinzufügung weiterer klarstellender Angaben nicht entnehmen kann, was an den noch beanspruchten Waren golden sein soll.

Auch für die Annahme der Markenstelle, die angemeldete Marke könne für sämtliche beanspruchten Waren als Hinweis auf deren Qualität dienen, fehlen tatsächli-

che Anhaltspunkte, die geeignet wären, diese Behauptung zu tragen. Weder die Markenstelle noch der Senat haben Feststellungen treffen können, die einen Schluß dahingehend zuließen, daß die angemeldete Marke für Tabake, Tabakerzeugnisse oder Streichhölzer als Qualitätsstufenbezeichnung verwendet wird. Der Senat hat diesbezüglich bereits mit einem unveröffentlicht gebliebenen Beschluß vom 18. Juni 1997 – 26 W (pat) 199/95 - zu der seinerzeit angemeldeten Marke "GOLDEN AMERICAN CLASSIC" festgestellt, daß für Tabakprodukte und nicht aus Edelmetallen gefertigte Raucherartikel nicht mit der erforderlichen Sicherheit davon ausgegangen werden kann, daß mit dem Wort "GOLDEN" regelmäßig auf eine besondere Qualität der betreffenden Produkte hingewiesen wird. Neuere Erkenntnisse, die nunmehr eine davon abweichende Beurteilung der Schutzzähigkeit der Bezeichnung "golden" gebieten oder Anhaltspunkte für eine zukünftige Entwicklung dieser Bezeichnung zu einer konkret warenbeschreibenden Angabe für die maßgeblichen Waren geben könnten, liegen nicht vor.

Aber selbst dann, wenn mit der Markenstelle davon ausgegangen würde, daß die Bezeichnung "golden" auch als Qualitätshinweis verstanden werden kann, könnte dies eine Zurückweisung der angemeldeten Marke gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht begründen, weil für den Verkehr ohne weitere klarstellende Zusätze dann letztlich weiterhin offen bliebe, ob "golden" als Farb- oder als Qualitätsangabe dienen soll. Auch insoweit ermangelt es der angemeldeten Marke für eine Verwendung als Sachangabe an der erforderlichen Konkretheit und Eindeutigkeit iSd angeführten Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes (aaO – BONUS; aaO – FÜNFER).

Der angemeldeten Bezeichnung fehlt auch nicht jegliche Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt

zu werden. Hierbei ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, dh jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden (vgl. die Begründung zum Entwurf des Markenrechtsreformgesetzes, BIPMZ 1994 Sonderheft S. 64). Kann einer Wortmarke kein für die in Frage stehenden Waren im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr – etwa auch wegen einer beschreibenden Verwendung in der Werbung (BGH WRP 1998, 495, 496 – Today) – stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so gibt es keinen tatsächlichen Anhalt dafür, daß einem als Marke verwendeten Wortzeichen jegliche Unterscheidungskraft fehlt (BGH MarkenR 1999, 195, 197 – PREMIERE II).

Die angemeldete Wortmarke "golden" weist, wie zu § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG vorstehend dargelegt wurde, in Bezug auf die von der Anmelderin nach Einschränkung des Warenverzeichnisses noch beanspruchten Waren in Alleinstellung, dh ohne den Zusatz weiterer klarstellender Begriffe, keinen konkret beschreibenden Begriffsinhalt auf. Erforderlich für die Verneinung jeglicher Unterscheidungskraft wäre zudem die Feststellung der Eindeutigkeit der beschreibenden Sachaussage, da verschiedene Verständnismöglichkeiten eines Wortes es in der Regel verbieten, diesem jede Unterscheidungskraft abzusprechen (BGH BIPMZ 2000, 53, 54 f. – FÜNFER). Die Bezeichnung "golden" läßt aber, wie auch von der Markenstelle nicht in Abrede gestellt wird, sowohl ein Verständnis als Farbangabe als auch als Qualitätsbezeichnung zu.

Darüber hinaus fehlen auch sonstige tatsächliche Anhaltspunkte für die Annahme, daß das Wort "golden" bei einer markenmäßigen Verwendung nicht als betrieblicher Herkunftshinweis verstanden werden könnte. Eine Verwendung in der Werbung oder durch Mitbewerber der Anmelderin hat für die beanspruchten Waren weder die Markenstelle festgestellt noch der Senat ermitteln können. In Ermangelung konkreter Tatsachen, die den Verkehr daran gewöhnt haben könnten, die in

Alleinstellung nicht eindeutig und konkret warenbeschreibende Bezeichnung "golden" auch bei einer Verwendung nach Art einer Marke nur noch als bloße Sachangabe oder Warenanpreisung ohne Betriebs- bzw. Produktidentifizierungscharakter zu verstehen, kommt eine Zurückweisung der angemeldeten Marke wegen fehlender Unterscheidungskraft auf der Grundlage der vom BGH (aaO) aufgestellten Rechtsgrundsätze nicht in Betracht.

Umstände, die eine Zurückweisung der angemeldeten Marke wegen weiterer Schutzhindernisse iSd § 8 MarkenG rechtfertigen könnten, liegen ersichtlich nicht vor.

Schülke

Kraft

Reker

prä