

BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 187/02

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 398 11 702.0

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 13. August 2002 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Winkler, des Richters v. Zglinitzki und der Richterin Dr. Hock

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluß der Markenstelle für Klasse 18 vom 5. März 2002 aufgehoben.

Gründe

I

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist am 3. März 1998 die Wortmarke

BASIC IMAGE

für folgende Waren zur Eintragung in das Register angemeldet worden:

Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus, soweit in Klasse 18 enthalten;

Reise- und Handkoffer, Beutel, Taschen, Rucksäcke, Handtaschen, Reisetaschen, Einkaufstaschen, Geldbeutel, Aktenmappen;

Regenschirme, Sonnenschirme und Spazierstöcke;

Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen; Teile und Accessoires der vorgenannten Waren, soweit in Klasse 25 enthalten;

Haarschmuck, insbesondere Haarbänder, Haarklemmen, Haarnadeln, Haarnetze, Haarreifen, Haarspangen.

Die Markenstelle für Klasse 18 hat die Anmeldung durch Beschluß vom 5. März 2002 gemäß §§ 37, 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG zurückgewiesen. Sie hat zur Begründung ausgeführt, daß die Marke in ihrer Gesamtheit darauf hinweise, daß die Waren dafür bestimmt und geeignet seien, den Kunden zu einem grundlegenden Image zu verhelfen. Auf dem Warengbiet der Bekleidungsstücke sei der Begriff der "Image-Bekleidung", die für bestimmte Partner größerer Firmen gedacht seien, bereits gebräuchlich.

Die Anmelderin beantragt mit ihrer Beschwerde,

den angefochtenen Beschluß aufzuheben.

Sie trägt vor, daß der vom Deutschen Patent- und Markenamt zugrundegelegte Bedeutungsgehalt eines "Grundimage" im Deutschen als Wort nicht existiere. Es handele sich um eine unspezifische, verschwommene Angabe, die in bezug auf die zu bezeichneten Waren nicht geeignet sei, diese in irgendeiner Weise nach ihrer Beschaffenheit oder Bestimmung näher zu beschreiben.

Sie weist weiter darauf hin, daß eine identische deutsche Marke der Anmelderin für Waren der Klassen 3, 8, 9, 14, 20 und 21 eingetragen worden sei. Darüber hinaus sei eine US-Amerikanische Markenregistrierung erfolgt; die dort angemeldeten Waren seien mit den Waren dieses Verfahrens identisch.

Hinsichtlich der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde ist begründet.

Der Senat hält die angemeldete Wortmarke – entgegen der Beurteilung der Markenstelle - für unterscheidungskräftig und nicht Freihaltungsbedürftig. Ihrer Eintragung gemäß § 33 Abs 2, 41 MarkenG stehen daher keine absoluten Schutzhindernisse gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 und Nr 2 MarkenG entgegen.

1. Bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft als der einer Marke innewohnenden konkreten Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfaßten Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden, ist grundsätzlich ein großzügiger Maßstab anzulegen, dh jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um dieses Schutzhindernis zu überwinden (stRspr vgl BGH WRP 2001, 1082 – marktfrisch; GRUR 2002, 540 – OMEPRAZOK). Dies gilt insbesondere deshalb, weil der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in aller Regel so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt und er es keiner analysierenden Betrachtungsweise unterzieht. Kann demnach einer Wortmarke kein für die beanspruchten Waren im Vordergrund 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 entsprechenden Verwendung in der Werbung – stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so gibt es keinen tatsächlichen Anhalt dafür, daß ihr die Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (stRspr BGH aaO – marktfrisch; BGH GRUR 1999, 1089 – YES).

Der angemeldete Gesamtbegriff setzt sich aus den aus dem Englischen stammenden Wörtern "basic" und "image" zusammen. "Basic" wird mit "grundlegend", "die Grundlage bildend" und "elementar" übersetzt (Langenscheidts Handwörterbuch Englisch/Deutsch, 1999, S 73); der mittlerweile in den deutschen Sprachgebrauch eingegangene Begriff "Image" wird mit "Vorstellung, Bild, das ein einzelner oder eine Gruppe von einer anderen Einzelperson, Gruppe oder Sache hat" umschrieben (DUDEN – Deutsches Universalwörterbuch, CD-Rom, 4. Aufl, 2001). Beide

Markenbestandteile sind den angesprochenen Verkehrskreisen, hier dem allgemeinen Publikum, in ihrer Bedeutung ohne weiteres verständlich.

Für jeden der beiden Markenbestandteile für sich genommen läßt sich ein beschreibender Bedeutungsgehalt hinsichtlich der angemeldeten Markenwaren feststellen. "Basic" ist im Zusammenhang mit Bekleidung und Lederwaren ein in der Werbung gebräuchlicher Begriff. Auf der Internetseite www.baby-beschäftigung.de wird für "Basic Kleidung" für Kinder geworben (ähnlich www.meinefundgrube.de, www.budo24.de). Der Begriff der "Imagekleidung" ist, wie die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat, für Berufsbekleidung für die Partner bestimmter Firmen ebenfalls üblich (vgl. zB www.bellnet.de; www.wäschedienst-nwd.de; www.degerloch.de).

Bei einer – wie hier – aus mehreren Wörtern bestehenden Marke ist jedoch das Vorliegen des Schutzhindernisses nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG für die Wortfolge in ihrer Gesamtheit festzustellen (BGH, MarkenR 2000, 420 – RATIONAL SOFTWARE CORPORATION). Das Gesamtzeichen ist nach Auffassung des Senates von interpretationsbedürftiger Mehrdeutigkeit. Bereits der Gesamtbegriff "grundlegendes Image" als solcher ist unklar und verschwommen, ein eindeutig beschreibender Begriffsinhalt hinsichtlich der angemeldeten Waren läßt sich nicht ermitteln, zumal der englische Ausdruck "image" auch "Aussehen" bedeuten kann. Unklar ist insbesondere, ob die Waren ein "grundlegendes Aussehen" aufweisen, oder ob dem Erwerber der Waren mit deren Hilfe zu einem Mindestmaß an Image verholfen werden soll.

Insgesamt fehlt es daher an ausreichenden Anhaltspunkten dafür, daß der Verkehr die angemeldete Marke im Sinne einer schlagwortartigen Aussage über eine bestimmte Eigenschaft oder ein sonstiges Merkmal der damit gekennzeichneten Waren werten, nicht aber als Kennzeichnungsmittel verstehen wird.

2. Nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG sind von der Eintragung weiter solche Marken ausgeschlossen, die ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr ua zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder der Bezeichnung sonstiger Merkmale der in Frage stehenden Waren dienen können. Dabei ist davon auszugehen, daß ein Eintragungshindernis auch dann besteht, wenn eine Benutzung als Sachangabe bisher noch nicht erfolgt ist, eine solche jedoch nach den Umständen erfolgen wird (BGH Mitt 2001, 366 – Test it; 1202 – Gute Zeiten - Schlechte Zeiten).

Solche Umstände werden durch die angemeldete Wortfolge "BASIC IMAGE" nicht klar und eindeutig verständlich genannt. Eine Verwendung der Gesamtbezeichnung als beschreibende Angabe im Zusammenhang mit den angemeldeten Waren ist – wie ausgeführt - nicht nachweisbar. Von einem auf gegenwärtiger Benutzung als Sachangabe beruhenden Freihaltungsbedürfnis kann daher insoweit nicht ausgegangen werden. Ebenso wenig liegen hinreichende Anhaltspunkte dafür vor, daß im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren in Zukunft eine Verwendung der angemeldeten Bezeichnung als Sachangabe erfolgen wird.

Im übrigen spricht auch die Voreintragung in den USA für das Fehlen des Freihaltungsbedürfnisses (BGH GRUR 1999, 988 – HOUSE OF BLUES).

Vorsitzender Richter Winkler
ist wegen Urlaubs an der
Unterschrift verhindert.

v. Zglinitzki

Dr. Hock

v. Zglinitzki

Na/Fa