

BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 75/01

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die angemeldete Marke 300 71 407.6

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 24. September 2002 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Dr. Schermer sowie der Richter Dr. van Raden und Schwarz

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 20. März 2001 aufgehoben.

Gründe

I

Angemeldet für verschiedene Waren der Klasse 25 zur farbigen Eintragung in der Farbe Pantone 1655C ist die Darstellung

siehe Abb. 1 am Ende

Die Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat die Anmeldung nach Beanstandung gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG wegen mangelnder Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Die Anmeldemarke habe lediglich die Wirkung eines einfachen aufgenähten Etiketts, welches keinen Hinweis auf einen bestimmten Geschäftsbetrieb gebe, da der Verkehr allein darauf achte, was auf dem Etikett angebracht sei; denn er sei an aufgenähte Etiketten gewöhnt, die dazu dienten, Marken oder beschreibende Angaben aufzunehmen, oder die als modische Zierde angebracht seien. Von der Etiketten-Entscheidung des Bundesgerichtshofs (BIPMZ 1999, 187) unterscheide sich die vorliegende Anmeldung dadurch, dass als rechtserheblicher Verkehrskreis für die hier beanspruchten Waren anders als bei dem dort entschiedenen Fall nicht nur der Fachverkehr, der

Preisetiketten möglicherweise einem bestimmten Hersteller zuordnen, anzusehen sei.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Unter Hinweis auf die Entscheidung "Jeanshosentasche" des Bundesgerichtshofs (GRUR 2001, 734) führt sie aus, die angemeldete Darstellung ähnele einer Fahne mit zwei Farbfeldern, die von Haus aus unterscheidungskräftig sei; zudem falle hier die unsymmetrische Aufteilung in zwei nebeneinander liegende rechteckige Flächen und die ungewöhnliche Ausgestaltung der unteren Fläche auf. Im übrigen sei die Anmeldemarke bereits als Gemeinschaftsmarke geschützt.

Wegen sonstiger Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache Erfolg, weil der Eintragung der angemeldeten Darstellung absolute Schutzhindernisse nach § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG nicht entgegenstehen.

Der Auffassung der Markenstelle, die angemeldete Darstellung werde vom Verkehr in Verbindung mit den beanspruchten Waren nur als einfaches aufgenähtes Etikett angesehen, dem für sich allein - ohne Beschriftung - jegliche betriebliche Unterscheidungswirkung fehle, vermag der Senat nicht beizutreten. Der Vorstellung des Verkehrs, ein Etikett vor sich zu haben, steht bereits entgegen, dass es unüblich ist, an der Innen- oder Außenseite von Bekleidungsstücken, Schuhen, Gürteln usw eine unbeschriftete Fläche als Etikett anzubringen bzw aufzunähen oder als Anhänger beizufügen, denn es ist gerade der Zweck von Bekleidungsetiketten, den Verbraucher über die Marke des Produkts oder sonstige wesentliche Angaben, wie Größe, Preis, Stoffqualität, Pflege der Ware usw zu informieren. Der Endverbraucher begegnet im Bekleidungsbereich daher im allgemeinen nur beschrifteten Etiketten. Auch der Bundesgerichtshof hat in der "Etiketten"-Entschei-

dung (GRUR 1999, 495), in der es um die mit dem vorliegenden Fall nicht zu vergleichende Anmeldung einer umrandeten rechteckigen Fläche für die Ware "Etiketten" selbst ging, ausdrücklich hervorgehoben, dass der Endverbraucher ein Etikett im allgemeinen erst dann zur Kenntnis nimmt, wenn es bereits mit der Kennzeichnung des Händlers/Herstellers oder sonstigen Angaben über die zu etikettierenden Waren versehen ist.

Abgesehen von der fehlenden Beschriftung unterscheidet sich die angemeldete Darstellung auch durch ihre ungewöhnliche Ausgestaltung von herkömmlichen Bekleidungs-Etiketten, denn diese bestehen normalerweise nicht aus einem mit gezackter Linie umrandeten weißflächigen Quadrat mit einem dieses etwa zu vier Fünfteln abdeckenden, optisch scheinbar auf der weißen Fläche liegenden farbigen - hier: orangefarbigem - Rechteck, sondern sind eher schlicht und funktional gehalten. Bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke darf auch nicht etwa unterstellt werden, dass sie von der Anmelderin als Warenetikett mit Beschriftung verwendet werden könnte oder möglicherweise sogar ausschließlich verwendet wird, was im übrigen voraussichtlich eine Veränderung des kennzeichnenden Charakters im Sinne des § 26 Abs 3 Satz 1 MarkenG zur Folge hätte, denn Schutzgegenstand ist allein die Marke in ihrer konkret beanspruchten Form.

Schließlich bestehen auch keine Anhaltspunkte für die Feststellung, dass es sich bei der angemeldeten grafischen und farblichen Gestaltung um ein übliches schmückendes Element oder modisches Design handelt, das im Bekleidungs- und Schuhbereich nachweislich häufig anzutreffen ist (vgl dazu BGH GRUR 2001, 735 – Jeanshosenentasche) und vom Verkehr aus diesem Grunde nicht als individuelles betriebliches Unterscheidungsmittel angesehen wird.

Da auch ein Freihaltungsbedürfnis zu verneinen ist, weil die Anmeldemarke nicht aus der bildlich beschreibenden naturgetreuen Darstellung der Ware selbst bzw eines für die Waren typischen Elements besteht (vgl BGH aaO – Jeanshosenta-sche), war der Beschluss der Markenstelle aufzuheben.

Dr. Schermer

Dr. van Raden

Schwarz

Pü

Abb. 1

