



# BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 22/03

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die angemeldete Marke 301 72 214.5**

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts durch die Vorsitzende Richterin Dr. Schermer sowie die Richter Dr. van Raden und Schwarz am 2. Dezember 2003

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## Gründe

### I

Die Anmelderin hat die Bezeichnung

### **SALE**

als Wortmarke für „Bettdecken, Einziehdecken, Steppdecken, Trikotdecken, Trikotsteppdecken, Daunendecken, Tagesdecken, Plümos, Kissen, Haarkissen, Nackenstützkissen, Bettunterlagen, Matratzen, Matratzenschoner, Schlafsäcke, Bettwäsche; Füllungen für Betten, Kissen und Matratzen, nämlich Kunststofffasern, Wolle, Daunen, Federn, Tierhaare und Gemische daraus“ zur Eintragung in das Register angemeldet.

Die Markenstelle für Klasse 24 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat mit Beschluss vom 22. November 2002 die Anmeldung wegen mangelnder Unterscheidungskraft und Bestehens eines Freihaltebedürfnisses zurückgewiesen. In der dem inländischen Verkehr ohne weiteres verständlichen Bedeutung „Verkauf“, in der das angemeldete Zeichen in gebräuchlichen Begriffen wie „for sale“, „Salespromotion“ oder „Point of Sale“ verwendet werde, sehe der Verkehr nicht nur einen bloßen, weil selbstverständlichen Hinweis darauf, dass die hiermit gekennzeichneten Waren zu verkaufen seien, sondern werde dies auch mit einem Sonderverkauf zu besonders günstigen Bedingungen in Verbindung bringen. In Zusammenhang mit den beanspruchten Waren enthalte die Anmeldemarke daher einen Hinweis auf deren Beschaffenheit, nämlich dass diese Waren eine Gelegenheit in Form eines Schnäppchens böten.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die nicht begründete Beschwerde der Anmelderin. Ihrer Auffassung nach missachtet der Beschluss den Grundsatz der Rechtsprechung, dass auch Begriffe der Umgangssprache als Marke benutzt und eingetragen werden könnten. Dies gelte vor allem für Marken, die in der Vorstellung der Verbraucher keine konkrete Verbindung zu den beanspruchten Waren hätten. Die angemeldete Marke werde auch nicht beansprucht, um die Benutzung des Wortes „SALE“ grundsätzlich und absolut zu untersagen, sofern die Benutzung nicht mit den beanspruchten Waren erfolge. Das Anmeldezeichen sei daher schutzfähig und einzutragen.

## II

Die zulässige Beschwerde ist unbegründet, weil die Anmeldemarke zumindest nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG nicht unterscheidungskräftig ist und somit nicht eingetragen werden kann.

Die Auffassung der Anmelderin, nach der höchstrichterlichen Rechtsprechung könnten auch Worte der Umgangssprache als Marke geschützt werden, ist nur im Ansatz zutreffend; sie übersieht nämlich, dass es für die Frage, ob ein konkret angemeldetes Wort eintragbar ist, entscheidend darauf ankommt, ob das angemeldete Wortzeichen, auch wenn es sich um ein Wort der Umgangssprache handelt, geeignet ist, dem Verbraucher oder Endabnehmer die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren zu garantieren, indem es ermöglicht, diese Waren ohne Verwechslungsgefahr von Waren anderer Herkunft zu unterscheiden. Nach ständiger Rechtsprechung des BGH ist dies aber nicht nur dann zu verneinen, wenn die angemeldete Wortmarke Merkmale der beanspruchten Waren unmittelbar beschreibt, sondern auch wenn es sich um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache handelt, das vom Verkehr – etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung – stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird (vgl. BGH GRUR 2001, 162 [163] m.w.N. – RATIONAL SOFT-

WARE CORPORATION). Bei der vorliegend zu beurteilenden Anmeldemarke „SALE“ handelt es sich aber um ein solches Wort, das der angesprochene Verkehr nicht in einer die gekennzeichneten Waren nach ihrer individuellen betrieblichen Herkunft kennzeichnenden Bedeutung, sondern nur als allgemeines Wort der deutschen Geschäftssprache versteht.

Wie auch die Anmelderin nicht bestreitet, bedeutet das zum englischen Grundwortschatz gehörende Wort „SALE“ im Deutschen „Verkauf“ und wird entsprechend seiner üblichen Verwendung im englischsprachigen Ausland (vgl. DUDEN OXFORD, Großwörterbuch Englisch, S. 1491) auch im Inland häufig insbesondere zur Anzeige von (Sonder-)Verkaufsaktionen wie Saisonschlussverkäufen oder Ausverkäufen vor einer Geschäftsaufgabe oder -verlegung gebraucht. In dieser Bedeutung findet sich das angemeldete Wort im allgemeinen Geschäftsleben nicht nur in Verbindung mit der vorangestellten Präposition „for“ oder in Pluralform („SALES“), sondern auch in Alleinstellung.

Wegen dieses typischen und häufigen Gebrauchs des Wortes „SALE“ gerade im allgemeinen Geschäftsverkehr und in Zusammenhang mit ganz verschiedenen Waren werden die angesprochenen Verkehrskreise, bei denen es sich vorliegend wegen der Art der beanspruchten Waren um alle Endverbraucher handeln, die Anmeldemarke eindeutig und unmissverständlich in dieser Bedeutung auffassen, also selbstverständlich davon ausgehen, dass die an den beanspruchten Bettwaren angebrachte Kennzeichnung „SALE“ lediglich darauf hindeuten soll, dass es sich bei diesen um günstig angebotene Waren im Rahmen eines Sonderverkaufs handelt. Der Gedanke, dass die Kennzeichnung die betriebliche Herkunft dieser Produkte anzeigen solle, wird demgegenüber bei ihnen gar nicht erst aufkommen. Ist eine Kennzeichnung aber nicht geeignet, auf die betriebliche Herkunft der Waren hinzuweisen, kann sie mangels der nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG erforderlichen Unterscheidungskraft nicht in das Register eingetragen werden.

Ob der Eintragung daneben auch das absolute Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegensteht, kann bei dieser Sachlage auf sich beruhen, wenn hierfür auch gewichtige Gründe sprechen.

Da die Markenstelle daher zu Recht der Anmeldemarke die Eintragung versagt hat, war die hiergegen gerichtete Beschwerde der Anmelderin zurückzuweisen.

Dr. Schermer

Dr. van Raden

Schwarz

Ko