

BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 95/02

(Aktenzeichen)

Zu diesem Beschluß
ist ein Berichtigungs-
beschluß ergangen.

04. Februar 2003

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 2 029 833

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 17. Dezember 2002 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Dr. Schermer sowie der Richter Dr. van Raden und Schwarz

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Auf den Antrag des Beschwerdegegners vom 6. November 2000 hat die Markenabteilung 3.4 des Deutschen Patent- und Markenamtes mit Beschluss vom 31. Januar 2002 die Löschung der am 18. April 1991 angemeldeten und am 8. Februar 1993 im Register für „Bekleidungsstücke, nämlich Jeans- und Freizeitmoden, Oberbekleidungsstücke für Damen, Herren und Kinder; Ladenregale“ eingetragenen Wortmarke

Unikum

angeordnet. Zur Begründung ist ausgeführt: Die Eintragung der angegriffenen Marke sei erfolgt, obwohl ihr zum Eintragungszeitpunkt für die beanspruchten Waren die erforderliche Unterscheidungskraft gefehlt habe. Das ursprünglich aus dem Lateinischen stammende Wort "Unikum" bedeute "etwas in seiner Art, Qualität, Beschaffenheit, Einmaliges, Seltenes, Vergleichbares; etwas Einzigartiges, eine Rarität, ein Einzelstück"; es habe mit dieser Bedeutung Eingang in die deutsche Umgangssprache gefunden und werde in diesem Sinne auch vielfach im Geschäftsverkehr verwendet. Der Hinweis der Markeninhaberin, der Begriff bezeichne vor allem originelle Menschen oder Sonderlinge, übersehe, dass der Verkehr

der Marke stets nur im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren begegne, so dass er die angegriffene Marke nur als werbenden Hinweis darauf verstehen könne, dass es sich um besonders einmalige, seltene und unvergleichbare Produkte handele, zumal der Hinweis auf die Einzigartigkeit und Individualität einer Ware gerade auf dem Modemarkt ein zentrales und übliches Mittel der Verkaufswerbung sei. Mangels der erforderlichen Unterscheidungskraft sei die angegriffene Marke daher zu löschen.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde der Markeninhaberin, mit der sie die Aufhebung des angefochtenen Beschlusses anstrebt. Ihrer Auffassung nach widerspricht die angefochtene Entscheidung der Markenabteilung dem nach der Rechtsprechung gebotenen großzügigen Maßstab. Sie bestreitet zudem, dass das Wort "Unikum" einen eindeutigen Aussagegehalt habe. Lateinische Wörter seien der Mehrzahl der angesprochenen Durchschnittsverbraucher ohnehin unbekannt. In seiner Bedeutung "einzig(artig)" sei das Wort "Unikum" auch nur der Fachwelt bekannt. Umgangssprachlich bedeute es lediglich "origineller Mensch, Spaßvogel"; in dieser Bedeutung sei es aber für die beanspruchten Waren nicht beschreibend. Das Wort sei seit dem Anmeldezeitpunkt bis heute weder im Geschäftsleben noch in der Werbung benutzt worden; soweit die Markenabteilung auf das Ergebnis einer Internet-Recherche verweise, sei diese zum Nachweis des Gegenteils ungeeignet. Die von der Markeninhaberin vertriebene Ware sei auch nicht einzigartig, sondern "casual ware" für den Durchschnittsverbraucher.

Der Antragsteller ist der Beschwerde entgegengetreten. Nach seiner Auffassung wird das Wort "Unikum" von vielen Firmen und in der Werbung in beschreibenden Sinn verwendet.

Wegen sonstiger Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg, weil die Markenabteilung des Deutschen Patent- und Markenamtes auf den zulässigen Antrag des Beschwerdegegners zu Recht die Löschung der Marke "Unikum" wegen fehlender Unterscheidungskraft nach § 50 Abs. 1 Nr. 3, Abs. 2, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG angeordnet hat.

Entgegen der Ansicht der Markeninhaberin ist der angegriffenen Marke trotz des grundsätzlich gebotenen großzügigen Maßstabs (st. Rspr., vgl. BGH, GRUR 1995, 408 [409] – PROTECH; BGH, GRUR 2001, 162 [163] m.w.N. – RATIONAL SOFTWARE CORPORATION; BGH GRUR 2001, 413, 415 - SWATCH) sowohl bezogen auf den Zeitpunkt der Markeneintragung als auch auf den jetzigen Zeitpunkt der Entscheidung die nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG erforderliche Unterscheidungskraft - d.h. die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden – abzusprechen, weil bei ihr ein für die beanspruchten Waren beschreibender Begriffsinhalt im Vordergrund steht (vgl. BGH a.a.O. – RATIONAL SOFTWARE CORPORATION).

Bereits umgangssprachlich bezeichnet der Begriff "Unikum" etwas Einzigartiges und Seltenes (vgl. DUDEN, Das große Wörterbuch der deutschen Sprache in 10 Bänden, 3. Aufl., Band 9, S. 4112; DUDEN, Deutsches Universalwörterbuch, 4. Aufl., S. 1658; Mackensen, Deutsches Wörterbuch, 12. Aufl., S. 1093; Wahrig, Deutsches Wörterbuch, Neuauflage 2000, S. 1302; DUDEN, Das große Fremdwörterbuch, 2. Aufl., S. 1377; Wahrig, Fremdwörterlexikon, 1999, S. 973). In dieser Bedeutung hatte er sich auch schon zum Eintragungszeitpunkt eingebürgert (vgl. Wahrig, Deutsches Wörterbuch, Ausgabe 1993, S. 1332; Kempcke, Handwörterbuch der deutschen Gegenwartssprache, 1984, S. 1207; Pekrun, Das deutsche Wort, 10. Aufl., S. 722). Soweit die vorgenannten Wörterbücher und Lexika daneben auch eine Verwendung des Begriffs "Unikum" für einen Sonderling, d.h.

"jemanden, der besonders durch seine originelle Art auf andere belustigend wirkt", aufweisen, führt dies entgegen der Auffassung der Markeninhaberin nicht zu einem mehrdeutigen Sinngehalt des Begriffs, auf Grund dessen der angegriffenen Marke das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft noch zuzubilligen wäre. Denn welche von mehreren theoretisch möglichen Bedeutungen der Verkehr einem Markenwort zuordnet, kann nicht abstrakt, sondern nur in Zusammenhang mit den beanspruchten Waren beurteilt werden; drängt sich aber in Bezug auf diese dem Verkehr nur eine bestimmte Bedeutung auf, kann von einer die Unterscheidungskraft begründenden Mehrdeutigkeit des Markenwortes keine Rede mehr sein. So verhält es sich aber hier. Denn da der Verkehr, dem beide Bedeutungen gleichermaßen bekannt sind, den Begriff "Unikum" im Sinne von "Sonderling" nur in bezug auf Personen, nicht aber auf Sachen verwendet, bei denen er nur deren Einzigartigkeit und Seltenheit bezeichnet, hat er keinerlei Veranlassung, das Markenwort in Zusammenhang mit den beanspruchten Waren, bei denen es sich ganz offenbar um keine Personen handelt, in seiner Bedeutung "Sonderling" aufzufassen; vielmehr wird er es nur im letztgenannten Sinne verstehen. Dies wird auch durch die zahlreichen Internet-Auszüge untermauert, welche der Senat den Beteiligten in Abschrift übermittelt hat und in denen das Wort "Unikum" in Bezug auf verschiedene Waren, insbesondere auch auf Bekleidungsstücke und Lederwaren, als bloßer werbender Sachhinweis auf deren Einzigartigkeit verwendet wird. Fasst der Verkehr die angegriffene Marke aber nur in diesem Sinne auf, wird er es nur als sachlichen Hinweis auf Merkmale der beanspruchten Waren verstehen. Soweit die Markeninhaberin hiergegen unter Berufung auf die Kommentierung bei Fezer, Markenrecht, 2. Aufl. 1999, § 8 Rn. 123a und 188 eingewandt hat, eine warenbeschreibende Angabe enthalte eine Marke nur dann, wenn sie eine Aussage über "substantielle Eigenschaften eines Produktes" treffe, übersieht sie, dass die Einzigartigkeit und Individualität einer Ware ein für den Verbraucher wesentliches und für den Kauf entscheidendes Merkmal bildet. Der (werbende) Hinweis auf diese Eigenschaft ist daher auch nach dieser Meinung warenbeschreibend.

Schließlich steht der Löschung der angegriffenen Marke auch nicht der Einwand der Markeninhaberin entgegen, sie verwende die angegriffene Marke nicht für einzigartige und außergewöhnliche Bekleidungsstücke, sondern im wesentlichen für sog. "Casual ware". Denn hierbei verkennt sie, dass es im Rahmen der registerrechtlichen Prüfung ungeachtet der konkreten Benutzung der Marke allein auf den Sinngehalt ankommt, den der Verkehr ihr in Zusammenhang mit den im Warenverzeichnis *allgemein* bezeichneten Waren beimisst; auch wenn die Waren, für welche die Markeninhaberin die angegriffene Marke tatsächlich benutzt, nichts Einzigartiges aufweisen sollten, faßt der Verkehr die Bezeichnung "Unikum" für die geschützten Waren nur als eine ohne weiteres verständliche Angabe auf.

Da somit die Markenabteilung zu Recht die Löschung der angegriffenen Marke angeordnet hat, war die hiergegen gerichtete Beschwerde der Markeninhaberin zurückzuweisen.

Wegen der Kosten des Beschwerdeverfahrens wird auf § 71 Abs 1 Satz 2 MarkenG verwiesen.

Dr. Schermer

Dr. van Raden

Schwarz

Ko