



# BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 263/00

---

**(AktENZEICHEN)**

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 399 78 936.7**

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 19. März 2003 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Albert sowie der Richter Kraft und Reker

beschlossen:

Auf die Beschwerde des Anmelders wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 20 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 19. Juli 2000 aufgehoben.

## **G r ü n d e**

### **I**

Die Markenstelle für Klasse 20 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die für die Waren

"Handbetätigte Werkzeuge und Geräte für Haushalt und Küche; Messerschmiedewaren, Gabeln und Löffel; Hieb- und Stichwaffen; Rasierapparate; Beleuchtungs-, Heizungs-, Dampferzeugungs-, Koch-, Kühl-, Trocken-, Lüftungs- und Wasserleitungsgeräte sowie sanitäre Anlagen; Möbel, Spiegel, Rahmen, insbesondere Küchenmöbel und Kücheneinrichtungen, auch individuell gefertigt; Betten; Waren, soweit in Klasse 20 enthalten, aus Holz, Kork, Rohr, Binsen, Weide, Horn, Knochen, Elfenbein, Fischbein, Schildpatt, Bernstein, Perlmutter, Meerscham und deren Ersatzstoffen oder aus Kunststoffen; Geräte und Behälter für Haushalt und Küche (nicht aus Edelmetall oder plattiert); elektrische Geräte für Haushalt und Küche; Käbme und Schwämme; Bürsten (mit Ausnahme von Pinseln); Bürstenmachermaterial; Putzzeug; Stahlspäne; rohes oder teilweise bearbeitetes Glas (mit Ausnahme von Bauglas); Glaswaren, Porzellan und Steingut, soweit in Klasse 21 enthalten; Webstoffe und Textilwaren, soweit in Klasse 24 enthalten; Bett- und Tischdecken"

angemeldete Wortmarke

### **la bella casa**

als beschreibende Angabe zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, die angemeldete italienischsprachige Wortfolge bedeute "das schöne Haus" und stelle insoweit eine Bestimmungsangabe für die beanspruchten Waren dar. Für die Annahme eines Freihaltungsbedürfnisses genüge es dabei, dass dieser Verwendungszweck neben anderen Verwendungszwecken ernsthaft in Betracht komme. Alle mit der Anmeldung beanspruchten Waren, selbst Rasierapparate, könnten so gestaltet sein, dass sie ein Haus oder eine Wohnung als geschmackvoll eingerichtet erscheinen ließen. Auch bei Haushaltswaren gebe es Designerstücke. Putzzeug und Stahlspäne seien zum Säubern und damit ebenfalls für ein schönes Haus gedacht. Die Bedeutung der angemeldeten Marke sei dem deutschen Verkehr aufgrund der bei Urlauben in Italien erworbenen Sprachkenntnisse weitgehend bekannt, was eine Gleichstellung mit der deutschen Übersetzung rechtfertige.

Hiergegen wendet sich der Anmelder mit der Beschwerde. Er ist der Ansicht, die angemeldete Marke bezeichne weder die Beschaffenheit noch die Bestimmung der beanspruchten Waren, und verweist zugleich auf eine Vielzahl eingetragener Marken mit den Bestandteilen "casa" bzw. "Haus". Als Beschreibung komme die Marke allenfalls für Häuser oder das Erstellen von Bauwerken in Betracht. Er beantragt die Aufhebung des angefochtenen Beschlusses.

## **II**

Die zulässige Beschwerde ist begründet. Der Eintragung der angemeldeten Bezeichnung als Marke stehen die in § 8 MarkenG aufgeführten Schutzhindernisse

nicht entgegen, wenn dies auch – jedenfalls im Hinblick auf einige der beanspruchten Waren – als Grenzfall anzusehen ist.

Bei der angemeldeten Marke handelt es sich letztlich nicht um eine Angabe, die i.S.d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale der beanspruchten Waren dienen kann.

Es trifft zwar im Ausgangspunkt zu, dass die angemeldete Wortfolge mit "das schöne Haus" zu übersetzen ist. Diese deutsche Wortfolge mag von einem rechtlich beachtlichen Teil der hier angesprochenen Endverbraucher als Hinweis auf die Eignung und Bestimmung der Waren aufgefasst werden, ein Haus nach ihrem Geschmack "schön" einzurichten, und somit als Bestimmungsangabe von den Konkurrenten des Anmelders benötigt werden. Der Umstand, dass die deutsche Wortfolge "das schöne Haus" als warenbeschreibende Angabe dienen kann, indiziert jedoch nicht automatisch die Schutzunfähigkeit der angemeldeten italienischsprachigen Wortfolge.

Fremdsprachige Marken dürfen nicht schematisch ihren jeweiligen deutschen Übersetzungen markenrechtlich gleichgestellt werden. Eine markenrechtliche Gleichbehandlung ist vielmehr nur dann gerechtfertigt, wenn entweder die beschreibende Bedeutung des fremdsprachigen Ausdrucks auch von den angesprochenen inländischen Verkehrskreisen ohne weiteres erkannt wird oder die Mitbewerber den fraglichen Begriff beim inländischen Warenvertrieb bzw beim Import oder Export einschlägiger Waren benötigen (BGH GRUR 1996, 771, 772 – THE HOME DEPOT).

Es kann nicht davon ausgegangen werden, dass die deutschen Endverbraucher die angemeldete Wortfolge in rechtserheblichem Umfang ohne weiteres als warenbeschreibende Angabe erkennen und verstehen. Die Kenntnis der italienischen Sprache ist im Inland deutlich weniger verbreitet als die der englischen oder fran-

zösischen Sprache, die häufig in der Schule erlernt werden. Die Kenntnis des Italienischen beschränkt sich demgegenüber in der Regel auf einige wenige, während eines Aufenthalts in Italien erlernte Grundbegriffe, wie sie einem Touristen dort im Hotel, beim Essen, beim Einkauf oder bei Besichtigungen typischerweise begegnen. Insofern kann zwar davon ausgegangen werden, dass einem erheblichen Teil des deutschen Verkehrs der Artikel "la" und das häufig verwendete weibliche Adjektiv "bella" bekannt sind. Es ist jedoch nicht feststellbar, dass dies in gleichem Umfang auch für den in der angemeldeten Marke enthaltenen weiteren Begriff "casa" gilt. Deshalb kann nicht unterstellt werden, dass ein rechtserheblicher Teil des deutschen Verkehrs die angemeldete Wortfolge ohne weiteres in dem von der Markenstelle angenommenen beschreibenden Sinn verstehen wird, zumal sie – selbst wenn sie korrekt übersetzt werden sollte – auch als Hinweis auf ein schönes Haus als solches, d.h. z.B. als Hinweis auf eine ästhetisch ansprechende Verkaufs- und Angebotsstätte der beanspruchten Waren verstanden werden kann, also in einer Bedeutung, die über deren Eigenschaften der beanspruchten Waren selbst nichts aussagt.

Die Markenstelle hat auch keine tatsächlichen Umstände dargelegt, die die Feststellung zuließen, diese italienischsprachige Bezeichnung in ihrer angemeldeten Form werde aktuell oder zukünftig als beschreibender Sachhinweis für den Import oder Export der beanspruchten Waren benötigt. Auch der erkennende Senat hat keine tatsächlichen Anhaltspunkte dafür gefunden, dass derzeit ein entsprechendes Bedürfnis an einer Verwendung als warenbeschreibende Angabe besteht.

Der angemeldeten Wortfolge fehlt auch nicht jegliche Unterscheidungskraft i.S.d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Angesichts des dargelegten Umfangs der Kenntnis der italienischen Sprache im allgemeinen sowie des in der angemeldeten Wortfolge enthaltenen Begriffs "casa" im besonderen bei den deutschen durchschnittlich gebildeten und informierten Durchschnittsverbrauchern der beanspruchten Waren kann nicht davon ausge-

gangen werden, dass die italienischsprachige Wortfolge "la bella casa" von einem rechtserheblichen Teil dieses Verkehrskreises nur als rein beschreibende Sachangabe verstanden werden wird. Vielmehr spricht einiges dafür, dass ein Teil des Verkehrs, der den begrifflichen Inhalt der Wortfolge nicht versteht, sie schon deshalb als Marke auffaßt, und ein weiterer Verkehrsteil, der die Wortfolge übersetzen kann, wegen der dargelegten verschiedenen Verständnismöglichkeiten eher an eine Marke als an eine beschreibende Sachbezeichnung denken wird, zumal die Verwendung einer so gebildeten fremdsprachigen Bezeichnung als ausschließlich beschreibende Angabe auf dem einschlägigen Warenggebiet eher unüblich ist.

Der Beschwerde des Anmelders war daher stattzugeben.

Albert

Kraft

Reker

Bb