



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 160/03

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die angemeldete Marke 301 65 972.9

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts durch die Vorsitzende Richterin Dr. Schermer, die Richterin Friehe-Wich sowie den Richter Schwarz am 22. Juli 2003

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 24 vom 7. April 2003 aufgehoben.

Gründe

I

Die Bezeichnung

siehe Abb. 1 am Ende

soll als Wortbildmarke für "Heimtextilien, nämlich Bettwäsche, Bettücher, Spannbetttücher" in das Register eingetragen werden.

Die Markenstelle für Klasse 24 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat mit Beschluss vom 7. April 2003 die Anmeldung wegen mangelnder Unterscheidungskraft zurückgewiesen, da sich die Wortfolge "Dream-Style" als Hinweis auf einen "traumhaften Stil" in der schlagwortartigen Benennung einer Stilrichtung erschöpfe und in diesem Sinne den angesprochenen Verkehrskreisen unmittelbar verständlich sei; auch die grafische Ausgestaltung, die sich in der Verwendung eines gebräuchlichen Schrifttyps erschöpfe, sei als Herkunftshinweis nicht geeignet.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, mit der sie die Eintragung ihrer Bezeichnung als Wortbildmarke weiter verfolgt. Sie bezweifelt, ob "Dream-Style" vom Verkehr als "traumhafter Stil" verstanden werde, weil dies im Englischen mit "dreamlike style" wiedergegeben werde. Die wortgetreue Über-

setzung der Wortfolge "Dream-Style" als "Traum-Stil" vermittle allenfalls eine unklare und verschwommene Assoziation ohne konkreten warenbeschreibenden Inhalt; zudem sei unklar, um welchen Stil es sich bei einem "Traum-Stil" handeln sollte. Schließlich existiere der Begriff "Traum-Stil" im Deutschen nicht und sei sprachregelwidrig gebildet; denn das Wort "Traum" werde üblicherweise mit der Bezeichnung für einen Gegenstand verbunden, den man lange erhofft habe, wie dies die Begriffe Traumauto, Traumberuf oder Traumhaus zeigten.

II

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache Erfolg, weil der Anmeldemarke die Eintragung nicht wegen mangelnder Unterscheidungskraft (§ 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG) versagt werden kann. Es sind nämlich keine Anhaltspunkte dafür ersichtlich, dass die angesprochenen Verkehrskreise die Anmeldemarke nicht als betrieblichen Herkunftshinweis auffassen werden.

Zutreffend hat die Markenstelle allerdings ausgeführt, dass die grafische Ausgestaltung allein einen betrieblichen Herkunftshinweis nicht vermittelt, weil sie sich in der Wiedergabe eines üblichen Schrifttyps erschöpft (vgl BGH WRP 2001, 1201, 1202 – anti-KALK). Der Markenstelle ist auch darin zuzustimmen, dass die aus einfachen Wörtern des englischen Grundwortschatzes zusammengesetzte Wortfolge "Dream-Style" dem Verkehr ohne weiteres verständlich ist. In wortgetreuer Übersetzung wird er die englische Wortfolge im Sinne von "Traum-Stil" verstehen. Soweit die Anmelderin meint, der Begriff "Traum-Stil" existiere im Deutschen nicht und sei sprachregelwidrig gebildet, verkennt sie zum einen, dass auch bislang nicht gebräuchliche neu gebildete Wortzusammensetzungen ohne weiteres verständlich sind (vgl BGH WRP 2002, 982, 984 – FRÜHSTÜCKSDRINK I). Und zum anderen ist die Wortkombination "Dream Style" bzw "Traum-Stil" entsprechend den üblichen Sprachregeln gebildet, da sie sich in der Art ihrer Zusammensetzung von vergleichbaren bekannten deutschen und englischen Wortbildungen wie Traumauto, Traumreise, Traumbild, dreamjob, dreamscape usw nicht unter-

scheidet. Im übrigen kann die Sprachregelwidrigkeit einer Wortneubildung allein ohne weitere Gesichtspunkte in der Regel nicht ihre Schutzfähigkeit als Marke begründen.

Bei der hier zu beurteilenden Wortfolge "Dream-Style" lässt sich aber nicht feststellen, dass der Verkehr ihr einen anderen Sinn als einen Hinweis auf die betriebliche Herkunft der damit gekennzeichneten Waren "Bettwäsche, Bettücher und Spannbetttücher" beilegen wird. Unmittelbar lässt sich der in wortgetreuer Übersetzung als "Traum-Stil" verstandenen Wortfolge nämlich keine bestimmte Bedeutung beilegen. Vielmehr bleibt unklar, worauf sie hindeutet. Zum einen kann sie in naheliegender Weise dahin verstanden werden, dass der Stil der damit versehenen Bettwäsche den Verbraucher "zum Träumen" bringen kann. Zum anderen kann sie aber auch dahin verstanden werden, dass der Stil, in denen die Waren gefertigt sind, "traumhaften" Ansprüchen genügt, wobei auch hier nicht deutlich wird, ob damit auf mögliche Erwartungen der Verbraucher oder Qualitätsstandards der Hersteller angespielt werden soll. Auch bei einer weiteren analysierenden Betrachtung, zu welcher der Verkehr ohnehin nicht neigt (st. Rspr., vgl. BGH GRUR 1992, 515, 516 – Vamos; BGH GRUR 195, 408, 409 – PROTECH), werden die überwiegenden Teile des Verkehrs nicht in der Lage sein, ihr einen eindeutigen Sinn zu entnehmen; vielmehr werden die einzelnen Verbraucher, wenn sie überhaupt solche Betrachtungen anstellen, zu einem jeweils unterschiedlichen Sinngehalt kommen. Im Ergebnis mag die Bezeichnung "Dream-Style" für Bettwäsche damit zwar anspielend sein, einen eindeutigen Sachhinweis auf diese Waren werden die angesprochenen Verkehrskreise ihr aber nicht entnehmen können, so dass sie sie letztlich mangels anderer Bedeutung nur als betrieblichen Herkunftshinweis auffassen werden.

Da somit der Schutzfähigkeit der Anmeldemarke weder eine mangelnde Unterscheidungskraft noch ein Freihaltebedürfnis im Sinne des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG entgegensteht, war der ihr die Eintragung versagenden Beschluss der Markenstelle aufzuheben.

Dr. Schermer

Friehe-Wich

Schwarz

Pü

Abb. 1

Dream-Style