



BUNDESPATEENTGERICHT

26 W (pat) 155/02

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 302 04 730.1

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 18. Februar 2004 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Albert sowie der Richter Kraft und Reker

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I

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

„Möbel, einschließlich Büromöbel, beispielsweise Schreibtische, Computertische, Stühle, Beistellcontainer“

bestimmten Wortmarke

Nature

wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen, nachdem sie sie zuvor als nicht unterscheidungskräftige und außerdem beschreibende, freizuhaltende Angabe beanstandet hatte. Zur Begründung hat sie ausgeführt, der zum englischen Grundwortschatz zählende, dem deutschen Verkehr angesichts der Nähe zum deutschen Begriff „Natur“ geläufige Begriff „Nature“ werde im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren als beschreibende Sachangabe dahingehend verstanden, dass so gekennzeichnete Möbel aus naturbelassenen Rohstoffen unter dem Gesichtspunkt der Natur- und Umweltverträglichkeit hergestellt worden seien. Angesichts des Umstands, dass die Angaben „Natur“ bzw „Nature“ in der Werbung häufig verwendet würden, um auf natürliche Materialien und eine naturnahe Bearbeitung hinzuweisen, dränge sich dem Verkehr ein entsprechendes beschreibendes Verständnis förmlich auf. Als Hinweis auf eine bestimmte betriebliche Herkunft einer Ware sei der angemeldete Begriff daher nicht mehr geeignet.

Hiergegen wendet sich die Anmelderin mit der Beschwerde. Sie beantragt die Aufhebung des angefochtenen Beschlusses und vertritt die Auffassung, die angemeldete Marke entbehre nicht jeglicher Unterscheidungskraft, weil sie im Zusammenhang mit Möbeln inhaltlich nicht klar und eindeutig sei. Es gebe keine Naturmöbel. Somit verblieben nur die Möglichkeiten, dass es sich um auf umweltfreundliche Weise hergestellte Möbel handele, dass die Möbel aus Naturholz bestünden, dass die Oberfläche der Möbel naturbelassen sei oder dass die Möbel der Natur nachempfundene Formen aufwiesen. Alle diese Deutungsmöglichkeiten hätten zwar etwas mit der Natur zu tun. Der Verbraucher könne dem Wort „Nature“ jedoch letztlich nichts Konkretes über die Beschaffenheit der Möbel entnehmen. Dass es sich bei „Nature“ um das englische Wort für „Natur“ handele, sei dem deutschen Verkehr nicht in einem markenrechtlich relevanten Umfang bewusst. Außerdem sei die Verwendung der englischen Sprache zur Beschreibung von Wareneigenschaften auf dem Möbelsektor unüblich. Da Möbelhersteller ihre Möbelprogramme üblicherweise mit Programmnamen versähen, werde der Verkehr in der angemeldeten Bezeichnung eine sprechende Marke sehen. Dass die Markenstelle eine beschreibende Verwendung der angemeldeten Marke nicht nachgewiesen habe, könne als Indiz dafür gewertet werden, dass der Verkehr den Begriff „Nature“ nicht als warenbeschreibend auffasse.

II

Die zulässige Beschwerde ist unbegründet, da der Eintragung die Vorschriften des § 8 Abs 2 Nr 1 und Nr 2 MarkenG entgegenstehen.

Die angemeldete Marke besteht ausschließlich aus einer Angabe, die im Verkehr zur Bezeichnung der Beschaffenheit der in der Anmeldung aufgeführten Waren dienen kann (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG).

Mit dem Ausschluss solcher Angaben vom Markenschutz verfolgt der Gesetzgeber das im Allgemeininteresse liegende Ziel, dass Angaben, die die Waren bzw Dienstleistungen beschreiben, für die die Eintragung beantragt wird, von jedermann frei verwendet werden können. Die Zurückweisung einer Anmeldung nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG setzt nicht voraus, dass die Angaben, aus denen die Marke besteht, zum Zeitpunkt der Anmeldung bereits tatsächlich für die in der Anmeldung aufgeführten Waren und Dienstleistungen oder für ihre Merkmale beschreibend verwendet werden. Es genügt vielmehr, wie sich schon aus dem Wortlaut der Bestimmung ergibt, dass die Angaben zu diesem Zweck verwendet werden können (EuGH Mitt 2004, 28, 29 – Doublemint – in Bezug auf die § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entsprechende Bestimmung des Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung Nr. 40/94 über die Gemeinschaftsmarke).

Die als Marke angemeldete Bezeichnung „Nature“ kann zur Beschreibung von Möbeln dienen. Das Wort „Nature“ ist, wie die Markenstelle zutreffend festgestellt hat, ein Wort der englischen Sprache mit der Bedeutung „Natur“. Der Begriff „Natur“ ist nicht nur geeignet, zur Bezeichnung von Möbeln zu dienen, die unter Verwendung von Naturmaterialien, wie z.B. Naturhölzern und Naturlacken, hergestellt worden sind, sondern wird tatsächlich bereits in diesem warenbeschreibenden Sinne benutzt, wie sich aus den der Anmelderin mit der Terminladung übersandten Internet-auszügen ergibt. Beispielhaft wird in diesem Zusammenhang nochmals auf die Internetseiten der Firmen Bader und Möbel-Seifert hingewiesen. Das erstgenannte Unternehmen führt in seinem Versandangebot eine eigene Kategorie „Naturmöbel“. Der Umstand, dass Unternehmen mit dem Begriff „Natur“ eine bestimmte Kategorie von Möbeln bezeichnen, belegt nachhaltig, dass dieser Begriff, auch wenn er die Beschaffenheit von Möbeln nur in relativ allgemein gehaltener Weise bezeichnet, zur Beschreibung von Möbeln dienen kann und deshalb Freihaltungsbedürftig ist.

Ein Freihaltungsbedürfnis besteht aber nicht nur an dem deutschen Begriff „Natur“, sondern auch an dem entsprechenden englischen Begriff „Nature“.

Zwar dürfen fremdsprachige Wörter ihren jeweiligen deutschen Übersetzungen markenrechtlich nicht schematisch gleichgesetzt werden. Eine markenrechtliche Gleichbehandlung ist jedoch dann gerechtfertigt, wenn entweder die beschreibende Bedeutung des fremdsprachigen Ausdrucks auch von den angesprochenen inländischen Verkehrskreisen ohne weiteres erkannt wird oder wenn die Mitbewerber den fraglichen Begriff beim inländischen Warenvertrieb oder beim Import oder Export einschlägiger Waren benötigen (BGH GRUR 1988, 379 – RIGIDITE; GRUR 2001, 1047, 1049 – LOCAL PRESENCE, GLOBAL POWER).

Da der angemeldete Begriff „Nature“ zum Grundwortschatz der englischen Sprache zählt und zudem mit dem deutschen Begriff „Natur“ - zumindest von seinem Schriftbild her - weitgehend übereinstimmt, wird er von den maßgeblichen inländischen Verkehrskreisen ohne weiteres in seiner Bedeutung erkannt und ebenso in beschreibendem Sinne verstanden werden wie seine deutsche Übersetzung „Natur“, so dass er für die in der Anmeldung aufgeführten Waren in gleichem Maße wie der entsprechende deutsche Begriff Freihaltungsbedürftig ist.

Der angemeldeten Marke fehlt für die beanspruchten Waren der Anmeldung darüber hinaus auch jegliche Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Unterscheidungskraft ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als betriebliches Herkunftsunterscheidungsmittel für die betreffenden Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden und damit die betriebliche Zuordnung dieser Waren und Dienstleistungen zu ermöglichen (BGH GRUR 2001, 1153, 1154 – antiKALK; BIPMZ 2004, 30 f – Cityservice). Auch dieses Eintragungshindernis ist im Lichte des Allgemeininteresses auszulegen, das ihm zugrunde liegt, und das darin besteht, den freien Waren- und Dienstleistungsverkehr zu gewährleisten (EuGH GRUR 2002, 804, 805 und 809 – Philips; MarkenR „003, 227, 231 f – Orange). Für kennzeichnungsrechtliche Monopole ist damit nur Raum, soweit diese geeignet

sind, dem Verbraucher die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu garantieren und damit die Herkunftsfunktion der Marke zu erfüllen (EuGH GRUR 2001, 1148, 1149 – BRAVO). Kann demnach einer Wortmarke ein für die fraglichen Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden oder handelt es sich sonst um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr – etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung – stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so ergibt sich daraus ein tatsächlicher Anhalt dafür, dass ihr jegliche Unterscheidungskraft fehlt (BGH aaO – Cityservice).

Die angemeldete Bezeichnung weist einen für den deutschen Verkehr ohne weiteres verständlichen, im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt auf. Sie wird, nicht zuletzt auch wegen einer entsprechenden Verwendung der deutschsprachigen Bezeichnungen „Natur“ und „Naturmöbel“ in der Werbung, nur als Bezeichnung für Möbel einer bestimmten Beschaffenheit verstanden werden. Dabei kommt es nicht darauf an, ob sich der Verkehr insoweit Möbel vorstellt, die aus Naturhölzern hergestellt wurden, oder ob seine Vorstellung dahin geht, dass es sich um Möbel handelt, die – z.B. im Hinblick auf Lacke, Farben oder Kleber – naturgemäß verarbeitet worden sind; denn bei sämtlichen von der Anmelderin insoweit angeführten Verständnismöglichkeiten steht der warenbeschreibende Aussagegehalt so eindeutig im Vordergrund, dass ein Verständnis als Angabe über die betriebliche Herkunft von Möbeln völlig fern liegt. Damit fehlt ihr aber jegliche Eignung, die in der Anmeldung benannten Waren ihrer betrieblichen Herkunft nach zu kennzeichnen, so dass der Beschwerde auch aus diesem Grund der Erfolg versagt bleiben musste.

Albert

Kraft

Reker

Na

