



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 169/03

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 302 26 795.6

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts durch den Richter Dr. van Raden als Vorsitzenden, den Richter Schwarz und die Richterin Prietzel-Funk am 25. Januar 2005

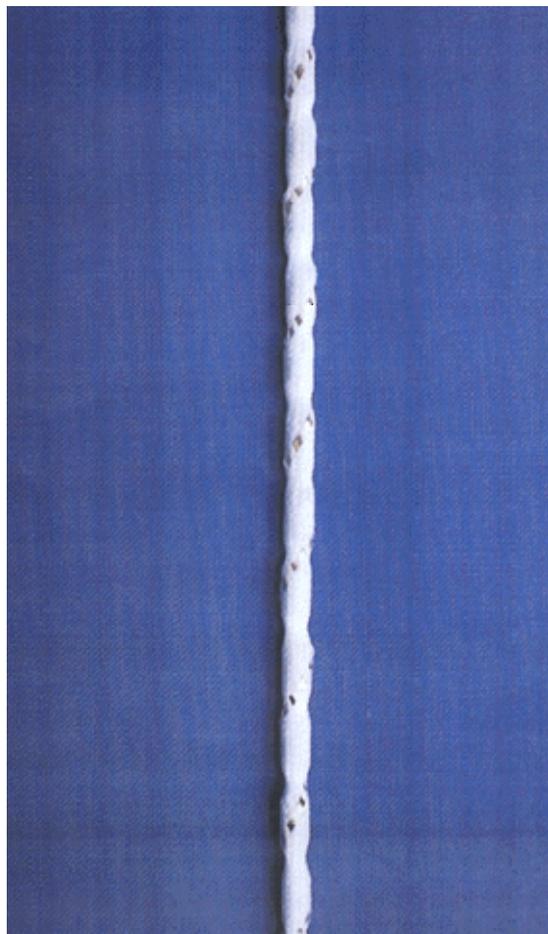
beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 24 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 7. August 2003 aufgehoben.

Gründe

I.

Die Markenstelle für Klasse 24 des Deutschen Patent- und Markenamts hat durch Beschluss vom 7. August 2003 die Anmeldung der im Folgenden abgebildeten Marke



(Beschreibung der Marke: ein „in einem hellen Funktionsband, insbesondere Bleiband, für Gardinen, Vorhänge, Tischdecken und dgl. als Kennzeichen eingearbeitetes goldenes Band“),

angemeldet für

„Web- und Wirkstoffe; Gardinen, Vorhänge; textile Dekorationsstoffe für Wandbespannung; Bett- und Tischdecken; Bett- und Haushaltswäsche; Spitzen, Bänder, insbesondere Kräusel- und Bleibänder als Zubehör für Gardinen und Vorhänge“

zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, die angemeldete Marke sei zwar markenfähig, der Eintragung stehe jedoch das Hindernis der mangelnden Unterscheidungskraft iSv § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen, ob auch ein Freihaltebedürfnis bestehe, könne dahinstehen. Bei Anwendung der gleichen Prüfungsmaßstäbe, wie sie auch für andere Marken gelten würden, könne für die angemeldete Marke eine betriebskennzeichnende Eigenprägung, die die erforderliche Unterscheidungskraft vermitteln könnte, nicht festgestellt werden. Die Marke weise keine Elemente auf, die über die werbeübliche Gestaltung der Waren hinausgingen. Die maßgebliche Branchenpraxis kenne eine Vielzahl verschiedener Ausstattungsmerkmale, wie die Einarbeitung von farbigen Bändern, Nähten und Funktionsbändern in die hier betroffenen Waren. Die Ausgestaltung mit derartigen Aufmachungen diene hauptsächlich stilistischen bzw. optischen Gestaltungszwecken und werde von den angesprochenen Verkehrskreisen, denen die unterschiedlichsten Ausstattungsmerkmale bekannt seien und solche auch erwarteten, nicht als Hinweis auf einen speziellen Hersteller gewertet. Vielmehr hafte der Gestaltungswahl in den Augen des Publikums ein hohes Maß an Beliebigkeit an, weshalb es diesen Aspekt lediglich unter seiner optischen Wirkung, nicht aber als Herkunftshinweis betrachte.

Soweit das Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (HABM) vergleichbare Kennzeichen bereits als schutzfähig eingetragen habe, ergebe sich hieraus allenfalls eine indizielle Wirkung, die aber angesichts der ausgeprägten Schutzhindernisse als widerlegt anzusehen sei.

Hiergegen wendet sich die Anmelderin mit der Beschwerde. Zur Begründung führt sie aus, die angemeldete Marke betreffe ein Funktionsband, das am freien Rand von Waren der Klasse 24 (Web- und Wirkstoffe) angebracht werde. Derartige Kennzeichnungen seien bereits von Webkanten bekannt. Bei den Waren der Klasse 26 sei die angemeldete Marke zwar Teil der Waren, doch wirke sie dort nicht als Dekoration, sondern als Herkunftshinweis. Eine derartige Kennzeichnung seien den Verkehrskreisen auch für diese Waren bekannt, nämlich etwa von Kabelkennfäden, von dem bekannten Zickzack-Band in Gummibändern oder von der goldenen Schlangenlinie auf Gummischläuchen. Dass der in der angemeldeten Marke verwendete goldene Faden als Herkunftshinweis aufgefasst werde, ergebe sich zudem aus den eingereichten Bestätigungsschreiben der Industrie- und Handelskammer für Ostfriesland und Papenburg sowie des Verbandes der Norddeutschen Textil- und Bekleidungsindustrie e.V., nach denen auch die Marke „Goldkante“ nicht nur als reine Dekoration, sondern als Herkunftshinweis verstanden werde.

Die Anmelderin beantragt,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben und die Marke einzutragen.

II.

Die Beschwerde ist zulässig und begründet. Die Vorschriften des § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 Markengesetz stehen der Eintragung der angemeldeten Marke nicht entgegen. Die angemeldete Marke ist unterscheidungskräftig und unterliegt keinem Freihaltungsbedürfnis.

1. Gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG können solche Marken nicht eingetragen werden, denen für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft fehlt (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG). Unterscheidungskraft im Sinne

der in Frage stehenden Vorschrift ist die einer Marke innewohnende Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solcher anderer Unternehmen aufgefasst zu werden (BGH GRUR 2000, 502, 503 – St. Pauli Girl; GRUR 2000, 720, 721 – Unter Uns). Dabei ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, d.h. jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden. Bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft ist einerseits auf die in Anspruch genommenen Waren, andererseits auf die vermutete Wahrnehmung eines durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers dieser Waren abzustellen (EuGH, GRUR 2003, 604, 605 - Libertel; GRUR 2004, 943, 944 – SAT.2).

Auch die Schutzfähigkeit von Kennfäden ist nach diesen markenrechtlichen Grundsätzen zu beurteilen (vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 7. Aufl., § 8 Rn. 169). Unter der gebotenen Berücksichtigung der besonderen Verhältnisse auf dem hier in Rede stehenden Warengbiet ist zunächst davon auszugehen, dass der Verkehr – das sind zum einen Verbraucher, aber auch im Textilbereich tätige Unternehmen - Webstoffe und Gardinen jedenfalls auch anhand der äußeren Aufmachung der Webkanten voneinander unterscheidet (so auch HABM, Beschl. v.1.8.2002 – R 174/2001-2, veröffentlicht auf der PAVIS-CD-ROM), die häufig durch aufgedruckte oder eingewebte Bezeichnungen auf die Herkunft des Stoffes hinweisen und daher von den angesprochenen Verkehrskreisen als Betriebskennzeichnung angesehen werden. Dies beruht auf dem produktbedingten Umstand, dass diese Waren auf dem Markt in aller Regel in größeren Mengen angeboten werden, als der Kunde normalerweise abnimmt, nämlich als Meterware, von der nach Bedarf des Kunden zugeschnitten oder abgetrennt wird. Unter diesen Umständen ist eine Kennzeichnung aller potenziellen Teilstücke im Wesentlichen allein durch bestimmte fortlaufende Muster gewährleistet. Derartiges ist allgemein auch bei Produkten wie Kabeln und Schläuchen anerkannt (vgl. BGH GRUR 1975, 550, 551 – Drahtbewehrter Gummischlauch; BPatG, Beschl. v. 21.9.2004 – 24 W (pat) 225/03 – veröffentlicht auf der PAVIS-CD-ROM; Ströbele/Hacker, Mar-

kenG, 7. Aufl., § 8 Rn. 169). In diesem Zusammenhang verweist die Anmelderin zu Recht auf Kabelkennfäden, das bekannte Zickzack-Band in Gummibändern und die goldene Schlangenlinie auf Gummischläuchen, bei denen der genannte Grundsatz gilt, dass auf ihnen angebrachte fortlaufende Muster als Kennzeichnung üblich sind und auch als solche aufgefasst werden. Vergleichbares gilt nach Auffassung des Senats für an Webkanten von Stoffen angebrachte sowie als Meterware angebotene Funktionsbänder wie hier, die regelmäßig als Teilstücke abgeschnitten werden.

Voraussetzung für eine Eintragung als Marke ist aber, dass sich die für die angemeldete Marke gewählte Gestaltung von den im Bereich der jeweils beanspruchten Waren üblichen Gestaltungen erheblich unterscheidet (vgl. EuGH GRUR 2004, 428, 431 (EG 49) – Waschmittelflasche; GRUR Int. 2004, 631, 634 (EG 39) – Dreidimensionale Tablettenform), denn in einer beliebigen Kombination üblicher Gestaltungselemente vermag der Verkehr in der Regel keinen Hinweis auf eine betriebliche Herkunft zu erkennen (vgl. BGH GRUR 2001, 416, 417 – OMEGA). Vorliegend lässt jedoch ein Vergleich der tatsächlich vorhandenen Gestaltungsformen einen Schluss darauf zu, dass der Verkehr der hier angemeldeten Marke einen Hinweis auf die betriebliche Herkunft beilegt, weil sie sich im Hinblick auf die in Anspruch genommenen Waren nicht unerheblich von den üblichen Gestaltungsformen abhebt. Soweit aufgrund der Recherchen des Senats erkennbar, weisen in Stoffe eingewebte sowie nicht eingearbeitete Funktionsbänder, insbesondere Bleibänder, keine eigentümlich-individuellen Gestaltungen auf, sondern erschöpfen sich regelmäßig in einfachsten, völlig unauffälligen Gestaltungen, die allenfalls Gattungsmerkmale aufweisen, die zudem häufig funktionsbedingt sein mögen. Die angemeldete Marke geht hierüber hinaus. Denn sie weist im Fadenverlauf der textilen Ummantelung des Bandes einen auffallenden goldenen Faden auf, der gleichmäßig diagonal an der Oberfläche verläuft und damit dem Funktionsband ein charakteristisches Gepräge verleiht, das der angesprochene Verkehr branchenbedingt nicht anders als einen Hinweis auf die betriebliche Herkunft der Waren auffassen kann. Denn der Verkehr weiß, dass Funktionsbänder jeweils an

den äußeren Rändern von Stoffen eingesetzt werden, wo sich, wie oben dargestellt, nach ihrer Erfahrung Betriebskennzeichnungen befinden können. Danach ist der angemeldeten Marke ein gewisses Mindestmaß an Unterscheidungskraft nicht abzusprechen. Hinzu kommt, dass nach den eingereichten Schreiben sowohl der Industrie- und Handelskammer für Ostfriesland und Papenburg als auch des Verbandes der Norddeutschen Textil- und Bekleidungsindustrie e.V. auch die Marke „Goldkante“ für Gardinen nicht nur als reine Dekoration, sondern als Herkunftshinweis verstanden werde, was nach Auffassung des Senats die Erwartung rechtfertigt, dass der hier angesprochene Verkehr dazu neigt, einer ihm entgegretenden goldfarbenen Kennzeichnung ein gewisses Mindestmaß an Beachtung zu schenken und reine Dekorationszwecke des goldenen Fadens von vornherein auszuschließen.

2. Ebenso wenig vermag der Senat ein Freihaltebedürfnis zu erkennen, das der Eintragung der Marke gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegenstehen würde. Insbesondere stehen den Mitbewerbern der Anmelderin eine Vielzahl anderer Möglichkeiten offen, ihre Produkte zu kennzeichnen, ohne dass sie auf die Verwendung eines goldenen Fadens dieser konkreten Aufmachung angewiesen wären.

Dr. van Raden

Schwarz

Prietzl-Funk

Na