



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 58/04

(AktENZEICHEN)

Verkündet am
14. Juni 2005

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die angemeldete Marke 303 56 035.5

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 14. Juni 2005 durch den Richter Dr. van Raden als Vorsitzenden, den Richter Schwarz und die Richterin Prietzel-Funk

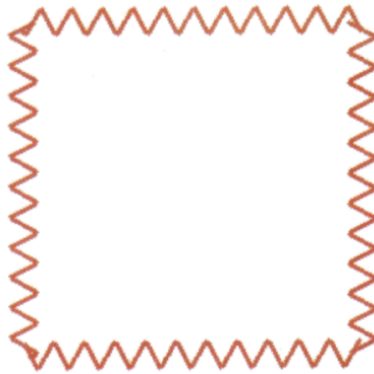
beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Die Anmelderin hat die Darstellung



als Bildmarke für „Bekleidungsstücke, insbesondere Hosen, Röcke, Jacken und Hemden“ zur Eintragung in der Farbe Pantone 1655 C in das Register angemeldet.

Die Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat mit Beschluss vom 5. Januar 2004 die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Das angemeldete farbige quadratische Zickzack-Muster weist keine Eigenprägung auf, welche der Marke die erforderliche Unterscheidungskraft vermitteln könne. Es sei vielmehr äußerst einfach gehalten und enthalte nichts, was die Aufmerksamkeit eines durchschnittlichen Verbrauchers auf sich ziehen könne. Der hier einschlägige Modesektor bei Bekleidungsstücken kenne eine Vielzahl vergleichbarer Ausstattungselemente und Nahtmuster, die

hauptsächlich optischen Zwecken dienen. Der Verkehr sähe in Nahtmustern, die sich in allgemeinen geometrischen Formen erschöpfen, keinen konkreten Hinweis auf deren betriebliche Herkunft, sondern nur deren optischen oder funktionalen Zusammenhang. Da der Verkehr handelsübliche Varianten voraussetze und eine Vielzahl an Form- und Gestaltungsvarianten kenne, nehme er Abweichungen in der konkreten Ausgestaltung nicht in einer kennzeichnenden Bedeutung wahr. Der Anmeldemarke sei daher die erforderliche Unterscheidungskraft abzusprechen. Die von der Anmelderin genannten Entscheidungen „Etiketten“ und „Jeans-Hosentasche“ stehe nicht entgegen, da sie nicht vergleichbare Sachverhalte betreffe.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Ihrer Auffassung nach gibt die angemeldete Darstellung nicht einfach einen Flicker wieder; vielmehr sei sie ungewöhnlich und könne von den angesprochenen Verkehrskreisen zur Wiedererkennung der Herkunft eines Bekleidungsstücks verwendet werden. Wenn der Bundesgerichtshof in der Entscheidung „Jeans-Hosentasche“ bereits einer aufgenähten Tasche das Mindestmaß an Unterscheidungskraft zugestimmt habe, müsste diese auch für einen Flicker bejaht werden.

An der auf ihren Hilfsantrag anberaumten mündlichen Verhandlung hat die Anmelderin, wie zuvor schriftlich mitgeteilt, nicht teilgenommen.

II

Die zulässige Beschwerde ist unbegründet. Zu Recht und mit zutreffender Begründung, auf welche der Senat zur Vermeidung von Wiederholungen Bezug nimmt, hat die Markenstelle die Anmeldung in Ermangelung der nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG erforderlichen Unterscheidungskraft zurückgewiesen.

Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist nach der ständigen Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs (vgl. EuGH MarkenR 2003, 187, 190 [Rz. 41] - Gabelstapler, WRP 2002, 924, 930 [Rz. 35] – Phi-

lips/Remington) und des Bundesgerichtshofs (vgl. (BGH GRUR 2000, 502, 503 – St. Pauli Girl; GRUR 2000, 720, 721 – Unter Uns) die Eignung einer Marke, vom durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher (vgl. EuGH GRUR 2003, 604, 605 – Libertel; GRUR 2004, 943, 944 – SAT.2) als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden. Trotz des grundsätzlich gebotenen großzügigen Maßstabs (st. Rspr., vgl. BGH, GRUR 1995, 408 [409] – PROTECH;; BGH GRUR 2001, 413, 415 - SWATCH) fehlt einer Kennzeichnung die Unterscheidungskraft stets dann, wenn die angesprochenen Verkehrskreise in ihr keinen Hinweis auf die Herkunft der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen aus einem *bestimmten* Unternehmen sehen, was etwa bei einem für die fraglichen Waren oder Dienstleistungen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt (vgl. BGH GRUR 2001, 1151, 1153 – marktfrisch; GRUR 2003, 1050, 1051 – City-Service; BGH, GRUR 2001, 162, 163 m.w.N. – RATIONAL SOFTWARE CORPORATION) oder bei Werbeaussagen allgemeiner Art (vgl. BGH MarkenR 2000, 262, 263 – Unter uns; WRP 2000, 298, 299 – Radio von hier; WRP 2000, 300, 301 – Partner with the best; GRUR 2001, 1047, 1048 – LOCAL PRESENCE, GLOBAL POWER; GRUR 2001, 735, 736 – „Test it.“; GRUR 2002, 1070, 1071 – Bar jeder Vernunft) der Fall ist. Diese Grundsätze gelten auch für – wie es vorliegend der Fall ist - ein als Marke angemeldetes Bildzeichen, das bei einer naturgetreuen bildlichen Wiedergabe der im Warenverzeichnis genannten Ware als bloß beschreibende Angabe ebensowenig geeignet ist, die Ware ihrer Herkunft nach zu individualisieren (BGH 527 , 528 = WRP 1997, 755 - Autofelge; 495 , 496 = WRP 1999, 526 - Etiketten, mit weiteren Nachw.) wie einfachste geometrische Formen oder sonstige einfache graphische Gestaltungselemente, die - wie dem Verkehr aus Erfahrung bekannt ist - in der Werbung, aber auch auf Warenverpackungen oder sogar Geschäftsbriefen üblicherweise in bloß ornamentaler, schmückender Form verwendet werden (vgl. BGH GRUR 2000, 502, 503 – St. Pauli Girl; GRUR 2001, 734, 735 - Jeanshosen-tasche; HABM Mitt 2001, 273, 275 – M-förmige Steppnähte). Nach diesen Grundsätzen ist die Schutzfähigkeit der angemeldeten Darstellung zu verneinen.

Wie die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat, besteht die angemeldete Darstellung von vier zu einem leeren Quadrat angeordneten gezackten farbigen Linien aus einem gängigem Nahtmuster im Zick-Zack-Stich, das von jeder Nähmaschine mühelos genäht werden kann und sich vielfach als Ausschmückung auf Kleidungsstücken findet. Begegnet der Verkehr einem solchen gängigem Grundstich auf Hosen, Röcken oder Blusen, wird er darin keinen über das ihm geläufige übliche Nahtmuster hinaus gehenden betrieblichen Herkunftshinweis erblicken; anders als in der von der Anmelderin zitierten Entscheidung „Jeanshosentasche“ weist sie auch keine über die übliche Anordnung von Zick-Zack-Stichen hinausgehenden charakteristischen Merkmale auf, welche den Verkehr veranlassen könnte, in ihr einen Hinweis auf die betriebliche Herkunft der mit ihr versehenen Bekleidungsstücke zu entnehmen. Dies gilt auch dann, wenn er die angemeldete Darstellung nicht an den Stellen der beanspruchten Bekleidungsstücke findet, die üblicherweise mit Ziernähten versehen werden, sondern etwa in der Innenseite des Hemdkragens oder des Hosenbundes oder an einem mit dem Kleidungsstück verbundenen Etikett, also an den Stellen, an denen üblicherweise die (Wort- oder Bild-) Marken angebracht werden. Denn auch in einem solchen Fall wird er in ihr lediglich eine übliche geometrische Form sehen, welche ein Nahtmuster nachahmt, ohne ihr gleichzeitig einen Herkunftshinweis entnehmen zu können.

Da die Markenstelle der angemeldeten Bezeichnung somit zu Recht die Eintragung versagt hat, war die hiergegen gerichtete Beschwerde zurückzuweisen.

Dr. van Raden

Prietzl-Funk

Schwarz

Na