



BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 10/06

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 304 04 942.5

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 4. Juli 2007 unter Mitwirkung ...

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 2 vom 18. November 2005 aufgehoben.

Gründe

I.

Die Wortmarke

CureLac

ist am 29. Januar 2004 für die Waren

„Lacke“

zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 2 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Der englische Begriff „Cure“ stehe für „härten, vulkanisieren“ und das Wortelement „Lac“ sei mit dem deutschen Wort „Lack“ phonetisch identisch. Vor diesem Hintergrund werde die angemeldete Marke im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren vom Verkehr lediglich als Hinweis auf Lacke mit speziellen Aushärtungseigenschaften verstanden, nicht aber als betrieblicher Herkunftshinweis.

Hiergegen hat die Anmelderin Beschwerde eingelegt und zur Begründung im Wesentlichen vorgetragen, die angemeldete Wortkombination beinhalte keinerlei produktbeschreibende Aussage. Ihr könne daher die erforderliche Unterscheidungskraft nicht abgesprochen werden und auch ein Freihaltungsbedürfnis sei nicht gegeben. Im Übrigen sei die Fallgestaltung mit der Parallelanmeldung „CureInk“ vergleichbar, die für die Waren „Drucklacke“ bereits eingetragen worden sei.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 2, vom 18. November 2005, aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde ist begründet. Der begehrten Eintragung in das Markenregister stehen keine absoluten Schutzhindernisse entgegen.

Nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG sind Marken dann von der Eintragung ausgeschlossen, wenn sie ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr u. a. zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit oder sonstiger Merkmale der fraglichen Waren oder Dienstleistungen dienen können. Trotz der schlüssigen Darlegungen der Markenstelle konnten keine hinreichend konkreten Feststellungen dazu getroffen werden, dass die angemeldete Wortkombination in diesem Sinne zur produktbezogenen Merkmalsbeschreibung dienen kann.

Zum einen ist die Verwendung der angemeldeten Bezeichnung als warenbeschreibende Angabe bzw. als produktbezogener Qualitätshinweis weder im englischen Sprachgebrauch noch in der inländischen Fach- oder Werbesprache nachweisbar. Dies ist für eine Zurückweisung nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG zwar nicht zwingend notwendig (vgl. BGH GRUR 2001, 1151, 1152 - marktfrisch). Es fehlt jedoch auch an sonstigen Anhaltspunkten dafür, dass die angemeldete Wortkombination mit ihrem sprachregelgemäßen Bedeutungsgehalt im Hinblick auf die beanspruchten Waren gegenwärtig oder zukünftig für eine beschreibende Verwendung geeignet sein könnte (vgl. hierzu Ströbele in Ströbele/Hacker, MarkenG, 8. Aufl., § 8, Rdn. 199, 201). Dem englischen Wort „Cure“ kommen als Substantiv u. a. die Begriffsgehalte „Aushärtung, Heilung“ bzw. als Verb die

Bedeutungen „aushärten, heilen“ zu (vgl. LEO, English-German Dictionary, <http://dict.leo.org>, zu „cure“), wie dies die Markenstelle ihrer Prüfung zutreffend zugrunde gelegt hat. Der Begriff „Lac“ steht im Englischen jedoch nicht für „Lack“, sondern wird ausschließlich als Bezeichnung für „Gummilack“ verwendet (vgl. nochmals LEO, English-German Dictionary, a. a. O., sowie Wenske - Dictionary of chemistry, English/German, 1992 - zu „lac“). Bei Gummilack handelt es sich um ein Naturharz, das anders als Lacke gerade keine relevanten Aushärtungseigenschaften aufweist. Der Wortmarke „CureLac“ ist damit bei sprachregelgemäßer Interpretation im Hinblick auf die mit der Anmeldung erfassten Waren kein konkreter Produktbezug zu entnehmen. Ein möglicherweise vorhandener Bedeutungsanklang, zu dem der Verkehr allerdings erst über mehrere gedankliche Schlussfolgerungen gelangen kann, reicht aber für die Bejahung eines i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG schutzwürdigen Allgemeininteresses an der freien Verfügbarkeit des Markenwortes nicht aus (vgl. nochmals Ströbele, a. a. O., § 8 Rdn. 196).

Für die Annahme, dass der Verkehr die Wortfolge ausschließlich als Werbemittel und nicht als betriebskennzeichnende Marke wahrnehmen wird, fehlt es ebenfalls an den erforderlichen Feststellungen. Die vorliegenden Produkte richten sich an Endabnehmer und damit an Durchschnittsverbraucher, die Marken im Hinblick auf möglicherweise vorhandene beschreibende Aussagegehalte keiner analysierenden Betrachtungsweise unterziehen, sondern sie so annehmen, wie sie ihnen entgegentreten. Ein der Schutzfähigkeit entgegenstehender Aussagegehalt muss deshalb so deutlich und unmissverständlich in der Marke hervortreten, dass er für den unbefangenen Durchschnittsverbraucher ohne weiteres Nachdenken erkennbar ist (vgl. Ströbele, a. a. O., § 8 Rdn. 54 m.w.N.). Kann einer Wortmarke für die fraglichen Waren kein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst nicht um einen gebräuchlichen Ausdruck der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache, der vom Verkehr stets nur als solcher und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, gibt es keinen Anhaltspunkt dafür, dass ihr die Unterscheidungseignung und damit

jegliche Unterscheidungskraft abzusprechen ist (vgl. BGH GRUR 2001, 735, 736 – Test it; BPatG 27 W (pat) 77/02 – MY WAY, veröffentlicht auf der PAVIS CD-ROM).

Die angemeldete Marke ist auch nicht als schutzunfähige Abwandlung einer beschreibenden Angabe zu werten. Durch den vorangestellten englischen Begriff „Cure“ wird dem Markенwort für das inländische Publikum ein fremdsprachlicher Charakter vermittelt, der durch den fehlenden Endbuchstaben „k“ noch verstärkt wird. Von einer lediglich geringfügigen Abwandlung, die im Verkehr unbemerkt bleiben bzw. den angesprochenen Verbrauchern das Wiedererkennen oder Herausheören eines ihm geläufigen Fachbegriff nahelegen wird, kann daher nicht ausgegangen werden (vgl. hierzu auch Ströbele, a. a. O., § 8 Rdn. 88 m.w.N.). Der angesprochene Verkehr wird das Wortelement „Cure“ ohne weiteres als Begriff der englischen Sprache erkennen und ihm - soweit bekannt - den geläufigsten Bedeutungsgehalt „Heilung, heilen“ entnehmen. Die weiteren lexikalisch belegbaren, deutlich fachspezifischeren Bedeutungsgehalte „Aushärtung, aushärten“ werden dem weitaus überwiegenden Teil des inländischen Publikums ohnehin unbekannt sein. Auch unter diesem Gesichtspunkt besteht für die angesprochenen Verbraucher keinerlei Anlass, in dem Wortteil „Lac“ den deutschsprachigen Sachbegriff „Lack“ zu erkennen bzw. herauszuhören und die Marke anschließend über mehrere Gedankenschritte hinweg als beschreibenden Hinweis auf Lacke mit speziellen Aushärtungseigenschaften zu interpretieren.

Eine Zurückweisung der angemeldeten Marke nach § 8 Abs. 2 scheidet demnach aus, so dass der Beschluss der Markenstelle unter Berücksichtigung des Eintragsanspruchs des Anmelders nach § 33 Abs. 2 MarkenG antragsgemäß aufzuheben war. Soweit die Anmelderin in ihrer Beschwerdebegründung allerdings darauf verweist, es sei hier eine mit der für „Druckfarben“ eingetragenen Wortmarke „CureInk“ gleichgelagerte Fallkonstellation gegeben, kann dem bereits

deshalb nicht beigetreten werden, weil unter den genannten Produktbereich auch Druckfarben wie etwa UV-curable Tinten und UV-Ink Tinten zählen.

gez.

Unterschriften