

# BUNDESPATENTGERICHT

## Leitsatz

---

<b>Aktenzeichen:</b>	24 W (pat) 28/06
<b>Entscheidungsdatum:</b>	24. Juli 2007
<b>Rechtsbeschwerde zugelassen:</b>	nein
<b>Normen:</b>	MarkenG § 8 Abs. 2 Nr 2; § 23 Nr. 2

---

„Rapido“

1. Der Vorschrift des Art. 6 Abs. 1 Buchst. b der Markenrichtlinie und der entsprechenden Vorschrift des § 23 Nr. 2 MarkenG, die lediglich im Hinblick auf den Grundsatz des freien Warenverkehrs Beschränkungen in der Ausübung der Rechte aus eingetragenen Marken enthalten, kommt für die Prüfung absoluter Schutzhindernisse im Marken-Eintragungsverfahren nach ständiger Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs keine entscheidungserhebliche Bedeutung zu.
2. Das italienische Wort „Rapido“ ist in seiner Grundbedeutung „schnell“ zumindest den am Handelsverkehr mit Italien beteiligten inländischen Fachkreisen bekannt und stellt insoweit eine Angabe i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG dar, die im Verkehr zur Beschreibung verschiedener chemischer und kosmetischer Erzeugnisse, u. a. solcher zur Entkalkung, Reinigung und Geruchsüberdeckung, dienen kann.



# BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 28/06

---

(Aktenzeichen)

An Verkündungs Statt  
zugestellt am  
24. Juli 2007

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 304 27 076.8**

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 8. Mai 2007 unter Mitwirkung ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Die Wortmarke

### **Rapido**

ist für die Waren

„Klasse 1: Chemische Erzeugnisse für gewerbliche und wissenschaftliche Zwecke; Enthärtungsmittel; Entkalkungsmittel, außer für Haushaltszwecke; ansatzverhindernde und ansatzlösende Mittel, soweit in Klasse 1 enthalten;

Klasse 3: Wasch-, Bleich-, Reinigungs- und Spülmittel; Putz-, Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel; Entkalkungsmittel für Haushaltszwecke; Fußbodenpflegemittel; Beschichtungen, nämlich Bohnerwachs und bohnerwachsähnliche Beschichtungen, soweit in Klasse 3 enthalten; Teppich- und Polsterreiniger; Metallreinigungs- und Pflegemittel; Seifen; Parfümeriewaren, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Geruchsüberdeckungsmittel, soweit in Klasse 3 enthalten; Haarwässer, Zahnputzmittel;

Klasse 5: Desinfektionsmittel; Mittel zur Vertilgung von schädlichen Tieren; Fungizide, Herbizide; Bakterizide, Virozide, soweit in Klasse 5 enthalten; Deodorants (nicht für den persönlichen Gebrauch); Geruchsüberdeckungsmittel, soweit in Klasse 5 enthalten; Luftauffrischungs- und Luftreinigungsmittel.“

zur Eintragung in das vom Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register angemeldet.

Mit Beschluss vom 12. Mai 2005 hat die mit einer Beamtin des gehobenen Dienstes besetzte Markenstelle für Klasse 3 des DPMA die Anmeldung als beschreibende freihaltebedürftige Angabe i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG zurückgewiesen. Als ein Adjektiv der italienischen Sprache beschreibe das Markenwort „Rapido“ in seiner Bedeutung „schnell, rasch“ die Wirkungsweise der beanspruchten Waren. Selbst wenn Teile des inländischen Verkehrs die beschreibende Bedeutung des Wortes „Rapido“ nicht ohne Weiteres begreifen sollten, benötigten jedenfalls die Mitbewerber die Bezeichnung beim Im- und Export einschlägiger Waren. Italienisch gehöre zu den wichtigsten Welthandelsprachen. Wie aus der beigefügten Internetseite des Auswärtigen Amtes hervorgehe, sei Deutschland außerdem der größte Handelspartner Italiens.

Auf die Erinnerung der Anmelderin hat dieselbe Markenstelle, besetzt mit einer Beamtin des höheren Dienstes, mit Beschluss vom 13. Januar 2006 den Erstbeschluss teilweise aufgehoben, soweit der Anmeldung die Eintragung für „Parfümewaren“ versagt worden ist, und die Erinnerung im Übrigen zurückgewiesen. Die Erinnerungsprüferin stützt die teilweise Zurückweisung der Markenmeldung nur auf das Schutzhindernis fehlender Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Die deutschen Verkehrskreise würden die Bedeutung „schnell, rasch“ des italienischen Wortes „Rapido“ wegen der Ähnlichkeit mit dem deutschen Begriff „rapide“ ohne Weiteres verstehen. Im Hinblick darauf, dass eine schnelle Wirkung bei allen von der Zurückweisung betroffenen Waren Wesensmerkmal und

gewünscht sein könne, würden die angesprochenen Verkehrskreise die angemeldete Marke nicht als betrieblichen Herkunftshinweis auffassen, wobei es unerheblich sei, ob die betreffenden Mittel schnell wirkten oder schnell angewendet werden könnten, da beide Deutungen beschreibender Natur seien.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Nach ihrer Auffassung fehlt der angemeldeten Marke für die von der Zurückweisung betroffenen Waren nicht jegliche Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG, ebenso wenig stellt sie eine beschreibende Angabe gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG dar. Bei „Rapido“ handle es sich um kein in der deutschen Sprache existierendes, auch kein in der konkreten Form eingedeutschtes Wort, weshalb seine Interpretation offen sei. Der Europäische Gerichtshof (EuGH) stelle bei der Beurteilung der Schutzfähigkeit fremdsprachiger Wortmarken auf das Verständnis der beteiligten inländischen Verkehrskreise ab (vgl. EuGH GRUR 2006, 411 „Matratzen Concord/Hukla“). Diesen aber sei das italienische Adjektiv „rapido“ mit der Bedeutung „schnell“ weitgehend unbekannt. Hierfür spreche, dass nach einer im November-Dezember 2005 durchgeführten, in der mündlichen Verhandlung überreichten Befragung „Europeans and their Languages/Die Europäer und ihre Sprachen“ nur 3% der Bevölkerung Deutschlands die italienische Sprache konversationsfähig beherrschten. Auch lasse sich eine beschreibende Verwendung des Wortes „rapido“ nicht auf deutschen, sondern nur auf italienischen und spanischen Web-Seiten finden. Der Begriffsgehalt des fremdsprachigen Wortes erschließe sich den maßgeblichen inländischen Verkehrskreisen demzufolge, wenn überhaupt, erst aufgrund gedanklicher Schlussfolgerungen. Abgesehen davon stelle das angemeldete Wort „Rapido“ in seiner Bedeutung „schnell“ keine deutliche und unmissverständlich beschreibende Angabe dar. Die Wirkung der fraglichen Substanzen würde mit „gut“ oder „schlecht“ bzw. bei Reinigungsmitteln mit „gründlich“, nicht aber mit „schnell“ oder „langsam“ beurteilt, weshalb das Adjektiv „schnell“ keine wesensbestimmende Eigenschaft der betreffenden Waren beschreibe. Eine von der Anmelderin vorgelegte Internet-Recherche zeige überdies, dass das Adjektiv „schnell“ i. d. R. nur zusammen mit anderen Attributen benutzt werde. Das

Wort „Rapido“ werde daher im Verkehr nicht zur Beschreibung einschlägiger Waren benötigt. Dies gelte auch für den Im- und Exportverkehr mit dem Land Italien, das ausweislich einer von der Anmelderin vorgelegten Statistik aus 2004 nur Deutschlands viertwichtigster Handelspartner hinter den USA, Niederlande und Frankreich sei. Da, worauf auch der EuGH in dem Urteil „Matratzen Concord/Hukla“ hinweise (s. a. a. O., S. 413 - Nr. 31), nach der verbindlichen Bestimmung des Art. 6 Markenrichtlinie, welche in Deutschland mit § 23 MarkenG umgesetzt worden sei, die Eintragung als Marke nicht jede Verwendung des betreffenden Wortes, insbesondere nicht dessen beschreibende Verwendung, verbiete, könne dem Eintragungsbegehren in vollem Umfang stattgegeben werden. Die Anmelderin verweist außerdem noch auf etliche Voreintragungen des Wortes „Rapido“ für unterschiedliche Waren und Dienstleistungen durch das DPMA und das Harmonisierungsamt (HABM).

Die Anmelderin beantragt,

die Beschlüsse der Markenstelle aufzuheben, soweit die Anmeldung zurückgewiesen worden ist.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten verwiesen.

## II.

Die zulässige Beschwerde der Anmelderin hat in der Sache keinen Erfolg. Nach Auffassung des Senats ist die angemeldete Marke für die beschwerdegegenständlichen, von der Zurückweisung betroffenen Waren jedenfalls als beschreibende Angabe i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen.

Nach der genannten Bestimmung dürfen Marken nicht eingetragen werden, die ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr u. a. zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder sonstiger Merkmale der Waren oder Dienstleistungen dienen können, für welche die Eintragung beantragt wird. Nach der Rechtsprechung des EuGH verfolgt die mit Art. 3 Abs. 1 Buchstabe c der Ersten Richtlinie des Rates der EG Nr. 89/104 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedsstaaten über die Marken (Markenrichtlinie) übereinstimmende Bestimmung des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG das im Allgemeininteresse liegende Ziel, dass sämtliche Zeichen oder Angaben, die Merkmale der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen beschreiben, von allen frei verwendet werden können. Sie erlaubt es daher nicht, dass solche Zeichen oder Angaben aufgrund ihrer Eintragung nur einem Unternehmen vorbehalten werden (vgl. EuGH GRUR 1999, 723, 725 (Nr. 25) „Chiemsee“; GRUR 2004, 146, 147 (Nr. 31) „DOUBLEMINT“; GRUR 2004, 674, 676 (Nr. 54, 56) „Postkantoor“; GRUR 2004, 680, 681 (Nr. 35-36) „BIOMILD“). Als eine in diesem Sinn für die beanspruchten Waren merkmalsbeschreibende Angabe, an deren freien ungehinderten Verwendung die Konkurrenten der Anmelderin ein berechtigtes Interesse haben, ist die angemeldete Marke zu beurteilen.

Unstreitig wohnt dem Markenwort „Rapido“ in der italienischen Sprache die - adjektivische - Bedeutung „schnell, rasch, geschwind“ inne (vgl. Langenscheidts Großwörterbuch Italienisch, Teil I Italienisch-Deutsch, S. 567; Grund- und Aufbauwortschatz Italienisch, Ernst Klett Verlag für Wissen und Bildung, S. 87). Nicht zu beanstanden ist weiterhin die Annahme der Markenstelle, dass mit dem Adjektiv „schnell“ eine Eigenschaft und damit ein Merkmal der in Rede stehenden Waren bezeichnet werden kann. So ist es nach Art und Beschaffenheit der beanspruchten Erzeugnisse und Mittel der Klassen 1, 3 und 5 möglich und wünschenswert, dass sie ihre jeweilige Wirkung bzw. eine ihrer Wirkungen rasch und schnell entfalten, z. B. schnell entkalken, reinigen, Fett entfernen, deodorieren, einen Schönheitseffekt hervorrufen etc. Auf diese Eigenschaft wird auch im Geschäftsverkehr mit dem - deutschen - Wort „schnell“ hingewiesen, wie die der An-

melderin vom Senat übermittelten Internet-Seiten belegen (s. z. B. <http://preisvergleich.dhd24.com/...>: "Deodorant Spray - schnell wirkender und lang anhaltender Schutz..."; [www.colgate.ch/de/...](http://www.colgate.ch/de/...): „...die neue Colgate Sensitive Zahnpasta: sie beruhigt...schnell und nachhaltig...“; [www.bode-chemie.de/...](http://www.bode-chemie.de/...): „...Alkoholischer, gebrauchsfertiger Schnell-Desinfektionsreiniger...“; [www.doit24.de/...](http://www.doit24.de/...): „Schnellentkalker“; [www.yopi.de/...](http://www.yopi.de/...): „...Birkin Haarwasser ohne Fett + Schnell wirksam bei Kopfhautproblemen...“; [www.yatego.com/...](http://www.yatego.com/...): „Simple Men Tagescreme..., die schnell und vollständig in die Haut einzieht.“). Dass sich das Wort „schnell“ auch allein, ohne weitere Attribute zur Beschreibung einschlägiger Mittel eignet, zeigen insoweit beispielhaft die Bezeichnungen „Schnellentkalker“ und „Schnell-Desinfektionsreiniger“.

Zur Merkmalsbeschreibung der fraglichen Waren im Verkehr kann dabei nicht nur das deutsche Wort „schnell“ dienen, sondern auch das angemeldete sinngleiche italienische Wort „Rapido“. Worauf die Anmelderin zutreffend hinweist, hat der EuGH in seinem Urteil vom 9. März 2006 zur Frage der Schutzfähigkeit fremdsprachiger Wortmarken nach Art. 3 Abs. 1 Buchst. b und c Markenrichtlinie (bzw. § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG), die in der jeweiligen Fremdsprache die betreffenden Waren oder Dienstleistungen beschreiben, darauf abgestellt, ob die beteiligten Verkehrskreise in dem Land, in dem die Eintragung beantragt wird, im Stande sind, die Bedeutung des fremdsprachigen Wortes zu erkennen (vgl. EuGH GRUR 2006, 411, 413 (Nr. 26, 32) „Matratzen Concord/Hukla“).

Im vorliegenden Fall kann dahingestellt bleiben, ob aus dem Kreis der Endverbraucher, der bei den hier beanspruchten beschwerdegegenständlichen Waren zumeist aus breiten Bevölkerungsschichten besteht, ein beachtlicher Teil das Markenwort „Rapido“ sicher und zweifelsfrei als das italienische Adjektiv für „schnell, rasch“ erkennt. Hiergegen könnte eine geringere Verbreitung der italienischen Sprache in Deutschland sprechen, wobei allerdings die von der Anmelderin eingereichte Befragung, wonach nur 3% der Bevölkerung Deutschlands konversationsfähig Italienisch beherrschten, insoweit wenig aussagekräftig ist, als das Ver-



ständnis eines einzelnen italienischen Begriffs nicht von der Fähigkeit abhängt, sich allgemein italienisch unterhalten zu können. Jedenfalls handelt es sich bei „rapido“ um ein relativ einfaches italienisches Grundwort. Zudem existieren - jeweils zurückgehend auf das lateinische Adjektiv „rapidus“ (= reißend (schnell), ungestüm, rasch; vgl. PONS Wörterbuch für Schule und Studium Latein-Deutsch, 2003, S. 768) - in orthographisch ähnlicher Form nicht nur in der deutschen Sprache das Fremdwort „rapide“ (= überaus schnell [vor sich gehend]; vgl. Duden - Deutsches Universalwörterbuch, 6. Aufl. 2006 [CD-ROM]), sondern ebenfalls jeweils als Adjektiv mit der Bedeutung „schnell“ in der englischen Sprache das Wort „rapid“, in der spanischen Sprache das Wort „rápido“ sowie in der französischen Sprache das Wort „rapide“ (vgl. u. a. Online-Wörterbuch „Woxikon“ [www.woxikon.de] zu den Suchwörtern „schnell“ und „rapido“). Es ist daher nicht unwahrscheinlich, dass sich die Bedeutung des italienischen Wortes auch Verbrauchern mit geringeren oder keinen italienischen Sprachkenntnissen ohne Probleme erschließen wird. Letztlich braucht diese Frage jedoch nicht endgültig entschieden zu werden.

Denn als beteiligte Verkehrskreise im Sinn der genannten Entscheidung des EuGH sind nicht stets alle mit den jeweiligen Waren oder Dienstleistungen in Berührung kommenden Kreise anzusehen, insbesondere sind nicht stets die Verbraucher in ihrer Gesamtheit maßgeblich. Der EuGH differenziert insofern zwischen dem Handel und/oder dem normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher der betreffenden Waren oder Dienstleistungen, wobei er durch die Wortwahl „und/oder“ klarstellt, dass auch einer dieser beiden Kreise allein von ausschlaggebender Bedeutung sein kann (vgl. EuGH a. a. O. (Nr. 24) „Matratzen Concord/Hukla“ im Anschluss an Nr. 45, 46, 47, 50, 56 und 57 der Schlussanträge des Generalanwalts vom 24. November 2005 in dieser Rechtssache C-421/04; vgl. auch bereits EuGH a. a. O. (Nr. 29) „Chiemsee“). Vor allem in Bezug auf das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG, welches das im Allgemeininteresse liegende Ziel verfolgt, beschreibende Angaben allen Mitbewerbern zur freien Verwendung offen zu halten und diese nicht zu-

gunsten eines einzelnen Unternehmens zu monopolisieren (vgl. die oben hierzu zitierte EuGH-Rspr.), ist davon auszugehen, dass bei der Beurteilung des beschreibenden Charakters fremdsprachiger Marken nicht notwendig die - teilweise sehr beschränkten - Sprach- und Branchenkenntnisse der inländischen Durchschnittsverbraucher der jeweiligen Waren oder Dienstleistungen entscheidungserheblich sind. Für das Vorliegen einer beschreibenden Angabe im Sinn der genannten Vorschrift ist vielmehr in gleicher Weise markenrechtlich beachtlich, wenn die beschreibende Bedeutung des fremdsprachigen Begriffs nur für die am Handel mit den betroffenen Waren, insbesondere für die am entsprechenden zwischenstaatlichen Handelsverkehr beteiligten Fachkreise, erkennbar ist (vgl. hierzu auch Ströbele MarkenR 2006, 433, 434 f. sowie BPatG, Beschluss vom 9. März 2007, 24 W (pat) 110/05 „BAGNO“ - zur Veröffentlichung bestimmt). Dass die am Handel mit einschlägigen Waren beteiligten Fachverkehrskreise, zumindest aber die beachtliche Zahl der konkurrierenden Händler, welche in Handelsbeziehungen mit dem EU-Mitglied Italien stehen, im Stande sind, das italienische Adjektiv „rapido“ in seiner Grundbedeutung „schnell“ zu erkennen, kann vorliegend angenommen werden. Denn auch wenn der insoweit beteiligte Verkehrskreis nicht notwendig durchgängig konversationsfähig Italienisch spricht, kann doch von den Händlern eine gewisse Vertrautheit mit der Sprache desjenigen Landes erwartet werden, aus dem sie Produkte importieren und/oder in das sie Produkte exportieren. Sie werden daher in der Lage sein, ein einfaches italienisches Adjektiv wie „rapido“ ohne Weiteres zu verstehen, zumal, wie oben dargelegt, orthographisch sehr ähnliche, sinnentsprechende Adjektive auch in der deutschen sowie in der englischen, französischen und spanischen Sprache vorkommen.

Vor dem Hintergrund, dass die am Warenverkehr mit Italien beteiligten inländischen Händler für den Export dorthin bestimmte Waren der angemeldeten Art vor dem Versand noch im Inland mit den erforderlichen Sachangaben in italienischer Sprache versehen oder Waren aus Italien mit italienischer Originalbeschriftung nach Deutschland einführen, kann mithin das italienische Markenwort „Rapido“ im - inländischen - Verkehr zur Bezeichnung von Merkmalen der mit der Anmeldung

beanspruchten Waren dienen. Dasselbe gilt für mehrsprachige Produktbeschreibungen, Gebrauchsanleitungen usw., die regelmäßig auch in italienischer Sprache abgefasst sind. Da es insoweit auch nicht entscheidend darauf ankommt, wie groß die Zahl der Konkurrenten ist, die ein Interesse an der Verwendung der beschreibenden Angabe haben (vgl. EuGH a. a. O. (Nr. 58) „Postkantoor“), genügt es bereits, dass die am Im- und Exporthandel mit Italien beteiligten Fachkreise das italienischsprachige Markenwort „Rapido“ in der dargelegten beschreibenden Bedeutung verstehen und ein Interesse daran haben, es im Rahmen des Handelsverkehrs mit dem EU-Mitglied Italien ungehindert von Monopolrechten Einzelner zur Beschreibung einsetzen zu können.

Nicht zu folgen vermag der Senat der Auffassung der Anmelderin, dass bei der Beurteilung der Schutzfähigkeit fremdsprachiger Markenwörter nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG die dem Art. 6 Abs. 1 Buchst. b Markenrichtlinie entsprechende Bestimmung des § 23 Nr. 2 MarkenG mit einzubeziehen sei, nach der der Inhaber einer eingetragenen Marke die Benutzung eines mit der Marke übereinstimmenden Zeichens als beschreibende Angabe nicht verbieten könne. Eine solche Auffassung lässt sich nicht aus dem Urteil „Matratzen Concord/Hukla“ des EuGH (vgl. a. a. O.) herleiten. Soweit der Gerichtshof in Randnummer 31 des Urteils unter Bezugnahme auf Nummern 59 bis 64 der Schlussanträge des Generalanwalts hinzufügt, dass die Eintragung einer Marke in einem Mitgliedsstaat nicht jede Verwendung des Wortes verbiete, aus dem diese Marke von anderen Wirtschaftsteilnehmern in diesem Mitgliedsstaat gebildet wird, kann darin kein Hinweis auf eine Beschränkung der Prüfung der absoluten Schutzhindernisse des Art. 3 Markenrichtlinie (bzw. § 8 MarkenG) durch die Bestimmung des Art. 6 Abs. 1 Buchst. b Markenrichtlinie (bzw. § 23 Nr. 2 MarkenG) gesehen werden. Diese Hinzufügung steht vielmehr im Kontext mit den vorausgehenden Feststellungen des Gerichtshofs in den Randnummern 27 bis 30, wonach die in dem Urteil vorgenommene Auslegung des Art. 3 Abs. 1 Buchst. b und c Markenrichtlinie in Bezug auf fremdsprachige Markenwörter den Vorgaben der Art. 28 und 30 des EG-Vertrages entspricht. Denn da nach st. Rspr. der EG-Vertrag im Rahmen der Anwendung des

Grundsatzes des freien Warenverkehrs nicht den Bestand der durch die Rechtsvorschriften eines Mitgliedsstaates über geistiges Eigentum eingeräumten Rechte berührt, sondern lediglich je nach den Umständen die Ausübung dieser Rechte beschränkt, verbietet der Grundsatz des freien Warenverkehrs einem Mitgliedsstaat nicht, ein Zeichen als nationale Marke einzutragen, das in der Sprache eines anderen Mitgliedsstaats für die betreffenden Waren oder Dienstleistungen beschreibend ist. Die Anmerkung in Randnummer 31 ist demzufolge lediglich als Hinweis darauf zu verstehen, dass den Vorgaben des EG-Vertrages, insbesondere dem Grundsatz des freien Warenverkehrs, mit der Bestimmung des Art. 6 Markenrichtlinie bei der Ausübung der Rechte aus einer eingetragenen Marke Rechnung getragen wird. Hingegen liegt darin keine Abweichung von der bisherigen st. Rspr. des EuGH, wonach insbesondere Art. 6 Abs. 1 Buchst. b Markenrichtlinie keinen ausschlaggebenden Einfluss auf die Auslegung des Art. 3 Abs. 1 Buchst. c Markenrichtlinie hat (vgl. EuGH a. a. O. (Nr. 28) „Chiemsee“) und - ungeachtet der Schutzschränken des Art. 6 Markenrichtlinie - die in Art. 3 Markenrichtlinie genannten Eintragungshindernisse im Zeitpunkt der Eintragung streng und vollständig zu prüfen sind, um zu verhindern, dass Marken zu Unrecht eingetragen werden (vgl. EuGH GRUR 2003, 604, 607 f. (Nr. 59) „Libertel“; a. a. O. (Nr. 123) „Postkantoor“; GRUR 2004, 1027, 1030 (Nr. 45) „DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT“; GRUR 2007, 425, 426 (Nr. 30) „MT&C/BMB“). Der Gerichtshof hat hierzu in dem Urteil „Libertel“ (vgl. a. a. O. - Nr. 58-59) dezidiert dargelegt, dass eine Auffassung, die letztlich darauf hinauslaufe, dass durch die Beschränkungen des Art. 6 Markenrichtlinie bei der Durchsetzung der Rechte aus einer eingetragenen Marke der zuständigen Behörde die Aufgabe der Beurteilung der Eintragungshindernisse des Art. 3 Markenrichtlinie im Zeitpunkt der Eintragung genommen und auf die Gerichte übertragen werde, die die Ausübung der Rechte aus der Marke im Einzelfall zu gewährleisten hätten, mit dem System der Markenrichtlinie unvereinbar ist, das auf einer der Eintragung vorausgehenden und nicht auf einer nachträglichen Kontrolle beruht. Demzufolge ist eine - und sei es auch nur eine partiell - weniger strenge Prüfung der absoluten Schutzhindernisse des § 8 MarkenG im Eintragungsverfahren mit Rücksicht auf die in § 23 Nr. 2 MarkenG

normierten Schutzschranken eingetragener Marken nicht gerechtfertigt (vgl. hierzu im Einzelnen auch Ströbele/Hacker, MarkenG, 8. Aufl., § 8 Rdn. 185-189; § 23 Rdn. 12-16; Ingerl/Rohnke, MarkenG, 2. Aufl., § 8 Rdn. 224-225).

Da, wie oben dargelegt, die angemeldete Marke nach den vom EuGH insoweit vorgegebenen Grundsätzen für die Prüfung fremdsprachiger Wortmarken (vgl. EuGH a. a. O. „Matratzen Concord/Hukla“) dem Eintragungshindernis einer beschreibenden freihaltebedürftigen Angabe i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG unterfällt, weil die beteiligten Verkehrskreise in der Lage sind, ihre beschreibende Bedeutung zu erkennen, verbleibt kein Raum, ihre Eintragung gleichwohl mit dem Argument zu zulassen, dass die eingetragene Marke nach § 23 Nr. 2 MarkenG nicht das Recht gewährt, eine beschreibende Verwendung des italienischen Wortes „rapido“ zu verbieten.

Soweit sich die Anmelderin schließlich darauf beruft, dass sowohl das DPMA wie auch das HABM das Wort „Rapido“ für unterschiedliche Waren und Dienstleistungen eingetragen hat (so u. a. die deutschen Wortmarken Nr. 398 15 112 für Waren/Dienstleistungen der Klassen 31 und 39; Nr. 304 00 556 für Waren der Klassen 5 und 31; Nr. 1 043 794 für Waren der Klasse 11; Nr. 301 56 443 für Waren der Klassen 6 und 20 sowie die Gemeinschaftsmarken (Wortmarken) Nr. 4 861 118 für Waren der Klasse 16 und Nr. 3 103 694 für Waren der Klassen 29 und 30), ist darauf hinzuweisen, dass Voreintragungen identischer oder vergleichbarer Marken in Deutschland und/oder in Mitgliedsstaaten der EU für die Beurteilung der Schutzfähigkeit nachträglich angemeldeter Marken durch das DPMA bzw. das Bundespatentgericht keinerlei verbindliche Bedeutung haben (vgl. BGH GRUR 1997, 527, 529 „Autofelge“; BIPMZ 1998, 248, 249 „Today“; BPatG GRUR 2007, 333, 335 ff. „Papaya“; BPatG BIPMZ 2007, 236, 237 ff. „CASHFLOW“; EuGH GRUR 2004, 428, 431 f. (Nr. 59-65) „Henkel“; GRUR 2006, 229, 231 (Nr. 47-49) „BioID“; GRUR 2006, 233, 235 f. (Nr. 48-49) „Standbeutel“). Im Übrigen wurde das italienische Wort „Rapido“ vom DPMA und vom HABM auch mehrfach von der Eintragung zurückgewiesen (vgl. in der Datenbank DPINFO des

DPMA die zurückgewiesene Wort-Bildmarke Nr. 302 10 138.1 „Rapido“ für Waren/Dienstleistungen der Klassen 29, 30 und 43 und in der Datenbank CTM-Online des HABM die zurückgewiesenen Wortmarken „Rapido“ Nr. 4 383 352 für Waren der Klassen 1, 5 und 31 und Nr. 2 353 746 für Waren/Dienstleistungen der Klassen 14, 16, 18, 21, 25, 28 und 41).

Der Senat sah keine Veranlassung für eine Zulassung der Rechtsbeschwerde nach § 83 Abs. 2 Nr. 1 oder 2 MarkenG, da weder eine Rechtsfrage von grundsätzlicher Bedeutung zu entscheiden war, noch die Fortbildung des Rechts oder die Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung eine Entscheidung des Bundesgerichtshofs (BGH) erfordert. Die Beurteilung der Schutzfähigkeit der angemeldeten Marke beruht vielmehr im Wesentlichen auf der Subsumption des festgestellten Sachverhalts unter die Norm des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Die von der Anmelderin in diesem Zusammenhang aufgeworfenen Rechtsfragen, insbesondere auch die Frage der Berücksichtigung des § 23 MarkenG bei der Prüfung des betreffenden absoluten Schutzhindernisses, sind, wie dargelegt, durch Entscheidungen des EuGH zur Auslegung des einschlägigen verbindlichen Richtlinienrechts eindeutig entschieden worden. Im Hinblick auf die Bindung an das höherrangige Richtlinienrecht und dessen Auslegung durch den EuGH (vgl. BGH GRUR 2007, 55, 56 (Nr. 12) „Farbmarke gelb/grün II“) bedarf es daher insoweit keiner Entscheidung durch den BGH.

gez.

Unterschriften