



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 29/08

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 307 08 011.8

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 10. Dezember 2008 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Fuchs-Wisseemann, den Richter Reker und die Richterin Kopacek

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Die dreidimensionale Marke



ist für die Waren und Dienstleistungen

„Möbel; Bauwesen, insbesondere Bau von Messeständen, Dienstleistungen eines Innenarchitekten“

angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 20 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung durch einen Prüfer des höheren Dienstes, der sich auf den Amtsbe-

scheid vom 26. November 2007 bezogen hat, zurückgewiesen. Darin ist ausgeführt worden, bei der dreidimensionalen Darstellung eines Möbelstücks handele es sich für die Waren „Möbel“ lediglich um die Warenabbildung als solche. Die beanspruchten Dienstleistungen seien funktionell und technisch notwendig für den Bau, Aufbau bzw. den Entwurf oder die Entwicklung eines solchen Möbelstückes. Diese Dienstleistungen könnten darüber hinaus das dargestellte Möbelstück zum Gegenstand oder Inhalt haben. Die angesprochenen Verkehrskreise würden in der angemeldeten Marke aufgrund der auf dem Warengbiet herrschenden Formenvielfalt keinen Herkunftshinweis i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG sehen; zudem bestehe ein Freihaltebedürfnis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG.

Hiergegen wendet sich die Anmelderin mit der Beschwerde. Sie hat im Hinblick auf die Besonderheiten des Messemöbelmarktes eine Recherche über die in diesem Bereich vorhandenen Formgestaltungen eingereicht. Daraus ergebe sich, dass die Gestaltung der Thekenfüße und der Theken- und Möbelecken in der Branche üblicherweise von der angemeldeten Formgebung der runden Ecken deutlich abweiche. Dies begründe eine Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Eine Eintragung der angemeldeten Marke berge auch nicht die Gefahr einer erheblichen Einschränkung der Gestaltungsfreiheit im Bereich Möbeldesign und/oder Messemöbel.

Sie beantragt daher sinngemäß,

den angegriffenen Beschluss der Markenstelle aufzuheben.

Die Anmelderin hat den zunächst gestellten Hilfsantrag auf Anberaumung einer mündlichen Verhandlung nach Zustellung der Ladungsverfügung zurückgenommen. Der Termin zur mündlichen Verhandlung ist danach aufgehoben worden.

II

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet, da die Markenstelle die vorliegende dreidimensionale Marke für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen zu Recht wegen fehlender Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zurückgewiesen hat.

Unterscheidungskraft im Sinne der vorgenannten Bestimmung besitzt eine Marke nur dann, wenn sie geeignet ist, die Waren und Dienstleistungen, für die Schutz begehrt wird, als von einem bestimmten Unternehmen kommend zu kennzeichnen und diese Produkte und Dienstleistungen somit von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. EuGH GRUR, 2002, 804 Philips). Zwar darf die Prüfung bei dreidimensionalen Marken nicht strenger als bei den anderen Markenkategorien ausfallen (vgl. EuGH GRUR Int 2004, 631 TABS). Da aber davon auszugehen ist, dass der Verkehr in der Regel aus der Form der Ware oder aus der Verpackung gewöhnlich nicht auf die Unterscheidungskraft einer dreidimensionalen Marke schließen wird, besitzt eine solche Marke nach ständiger Rechtsprechung des EuGH nur dann Unterscheidungskraft, wenn sie erheblich von der Norm oder der Branchenüblichkeit abweicht (vgl. EuGH GRUR 2006, 235 Standbeutel; GRUR Int 2006, 842 - Form eines Bonbons II) und deshalb vom durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher als Herkunftshinweis aufgenommen wird. Die Warenform muss es dem Verkehr ermöglichen, die betreffenden Waren auch ohne analysierende und vergleichende Betrachtungsweise sowie ohne besondere Aufmerksamkeit oder nähere Prüfung von den Waren anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. EuGH GRUR 2004, 428 Henkel; EuGH GRUR Int 2005, 135 Maglite). Weist das Warenumfeld bereits eine große Vielfalt an Formen auf, in die sich die angemeldete Marke ohne Weiteres einfügt, so ist die Unterscheidungskraft zu verneinen, sofern sich nicht ausnahmsweise feststellen lässt, dass der Verkehr die Produkte der verschiedenen Hersteller auf dem betreffenden Warengbiet anhand der Form voneinander unterscheidet (vgl. PAVIS PROMA BPatG 26 W (pat) 193/04 - Waschmitteltablette). Dabei

wird der Verkehr in einer bestimmten Formgestaltung nur dann einen Herkunftshinweis sehen, wenn er diese Form nicht einer konkreten anderen Funktion der Ware oder ganz allgemein dem Bemühen zuschreibt, ein ästhetisch ansprechendes Produkt zu schaffen (vgl. BGH GRUR 2004, 329 - Käse in Blütenform; GRUR 2006, 679 - Porsche Boxter).

Danach ist die Unterscheidungskraft vorliegend zu verneinen. Der durchschnittlich informierte, aufmerksame und verständige Durchschnittsverbraucher wird der angemeldeten Warenabbildung, nämlich der dreidimensionalen Darstellung eines Möbelstücks, für die in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen keinen Herkunftshinweis entnehmen. Gerade auf dem Möbelsektor, auch im Bereich von Messemöbeln, ist ein sehr breites Spektrum von funktionell und ästhetisch bedingten Designvarianten und individuellen Gestaltungsformen zu finden, sodass es für ein erhebliches Abweichen von der branchenüblichen Norm charakteristisch hervortretender Differenzierungen bedarf, die hier nicht vorliegen. Insbesondere stellt die von der Anmelderin geltend gemachte Formgebung der „runden Ecken“ und der Thekenfüße keine über den üblichen Formenschatz hinausgehende gestalterische Eigenheit dar, die derart prägnant hervortritt, dass der Durchschnittsverbraucher sie auf Anhieb als Herkunftshinweis wahrnehmen wird.

Selbst wenn die Anmelderin die angemeldete Marke als Gestaltungsform auf dem Sektor der (Messe-) Möbel als erste und einzige wählt, vermag dieser Umstand allein eine Unterscheidungskraft nicht zu begründen, da die erstmalige Verwendung einer Form nicht für die markenrechtliche Beurteilung maßgebend sein kann und das Bestehen etwaiger Urheberrechte für die Frage der Registrierung bzw. Löschung einer Marke nicht relevant ist (vgl. hierzu auch BGH GRUR 2005, 578 ff. - LOKMAUS). Entscheidend ist - wie auch von der Markenstelle zutreffend ausgeführt - allein darauf abzustellen, ob die Endverbraucher und Hersteller den Möbelstücken an sich einen Herkunftshinweis entnehmen, was allerdings vor dem Hintergrund, dass die Warenform in der Regel gerade nicht als herkunftskennzeichnend gesehen wird, aufgrund der fehlenden erheblichen Abweichung von den

formüblichen Gestaltungen, die bekannt sind bzw. verwendet werden, zu verneinen ist.

Die für Warenabbildungen maßgeblichen Grundsätze gelten entsprechend für Dienstleistungsmarken. Auch in diesem Zusammenhang ist darauf abzustellen, ob das Zeichen lediglich auf die Dienstleistung selbst bzw. einzelne ihrer Merkmale bezogen ist, oder ob darüber hinaus grafische Gestaltungselemente vorhanden sind, in denen der Verkehr einen betrieblichen Herkunftshinweis sehen wird. Soweit eine Marke nur aus der Darstellung des Gegenstands besteht, auf den sich die Dienstleistung unmittelbar bezieht, fehlt ihr i. d. R. jegliche Unterscheidungskraft, wobei unerheblich ist, ob dieser Gegenstand besonders originell und auffällig gestaltet ist (vgl. BGH GRUR 2005, 257, 258 - Bürogebäude). Vorliegend bildet das dargestellte Möbelstück lediglich den in seinen grafischen Gestaltungselementen üblich erscheinenden Gegenstand der Dienstleistungen ab, sei es im Hinblick auf den Bau von Messeständen oder hinsichtlich der Dienstleistungen eines Innenarchitekten, bei denen derartige Möbelstücke Verwendung finden. Ein betrieblicher Herkunftshinweis liegt daher gleichermaßen für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht vor.

Angesichts der fehlenden Unterscheidungskraft kommt es auf die Frage eines bestehenden Freihaltebedürfnisses nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht an.

Dr. Fuchs-Wisseemann

Reker

Kopacek

Ko