



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 93/08

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 306 21 846.1

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 5. August 2008 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, Richter Dr. van Raden und Richter Kruppa

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 17. Oktober 2007 und vom 25. Februar 2008 aufgehoben.

Gründe

I

Die farbige (blau, gelb) Wort-/Bildmarke



ist am 3. April 2006 zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden. Das Warenverzeichnis lautet nach einer Neuformulierung im Amtsverfahren:

„Unfall-, Feuer- und/oder Strahlenschutzbekleidung; Bekleidungsstücke zum Schutz vor äußeren Einflüssen“.

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit 2 Beschlüssen vom 17. Oktober 2007 und vom 15. Februar 2008, von denen der letzte im Erinnerungsverfahren ergangen ist, wegen fehlender Unterscheidungskraft und einem Freihaltebedürfnis zurückgewiesen. Für die beanspruchten Waren sei die Marke beschreibend. Das englischsprachige Wort „innovations“ verstünden die Verkehrskreise hierzulande im Sinne von „(Neu) Einfüh-

rungen, Innovationen, Neuerungen“. Die grafische Gestaltung des Anmeldezeichens sei nicht geeignet, die Schutzunfähigkeit zu beseitigen. In der Werbung sei die Ersetzung des Buchstabens „i“ durch das Symbol „!“ besonders häufig anzutreffen, da damit gleichzeitig auch noch der besondere Ausruf und Hinweischarakter des jeweiligen Werbeschlagworts unterstrichen werde. Die grafische Ausgestaltung des Anmeldezeichens halte sich im Rahmen das in der aktuellen Gegenwartswerbegrafik Alltäglichen und Üblichen.

Gegen die Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, mit der sie beantragt,

die angefochtenen Beschlüsse aufzuheben.

Unter Hinweis auf ihr Vorbringen im Amtsverfahren vertritt die Anmelderin weiterhin die Auffassung, die Marke sei insbesondere wegen ihrer außergewöhnlichen grafischen Gestaltung unterscheidungskräftig und nicht freihaltungsbedürftig. Die farbige Marke sei durch eine besondere Schriftart gekennzeichnet, bei der sich in der Mitte zweier Wortbestandteile ein Ausrufezeichen befindet. Hinzu komme, dass es ein Werbeschlagwort in „Innovations“ im Englischen nicht gebe.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II

Die Beschwerde ist zulässig und begründet. Der Schutzgewährung für die konkret beanspruchte Marke steht weder fehlende Unterscheidungskraft noch ein Freihaltungsbedürfnis entgegen (§ 8 Abs. 2 Nrn. 1 und 2 MarkenG), so dass die angegriffenen Beschlüsse auf die Beschwerde hin aufzuheben waren.

In ihrer Gesamtheit fehlt die angemeldete Marke nicht jegliche Unterscheidungskraft.

Die Marke besteht entgegen der Auffassung der Anmelderin nicht aus zwei Wortbestandteilen, sondern nur aus einem Wort, nämlich dem Wort „Innovations“. Der inländische Verkehr wird dieses Wort ohne weiteres als den die beanspruchten Waren glatt beschreibend im Plural des englischen Wortes „innovation“ verstehen und - wenn überhaupt - mit Erneuerungen übersetzen. Ob es dieses Wort im Englischen gibt, ist nicht entscheidend, da der Sinngehalt für deutsche Verbraucher klar erkennbar bleibt. Dem deutschen Verbraucher ist bekannt, dass die Anfügung des Buchstabens „s“ die im Englischen übliche Form der Pluralbildung ist.

Dass es sich bei dem Wort „Innovations“ um ein Werbeschlagwort handelt, steht außer Zweifel. Dies sieht offenbar auch die Anmelderin so, wie sich aus dem von ihr ursprünglich gewählten Warenverzeichnis ergibt, in dem es heißt:

„Dokumentation für neue und **innovative** Schutzbekleidung“.

Auch wenn der Wortbestandteil „Innovations“ aufgrund seines klaren Bedeutungsinhalts für sich betrachtet schutzunfähig ist, gilt dies nicht für die Marke in ihrer Gesamtheit. Unter Berücksichtigung sämtlicher konkreter Merkmale der in farbiger Gestaltung beanspruchten Marke ist hier nach der Auffassung des Senats nicht jegliches Mindestmaß an Unterscheidungskraft abzusprechen. Die konkrete Farbgebung des in blau gehaltenen Wortes mit dem jeweils gelben Punkt über z. B. unter dem Buchstaben „i“ am Wortanfang und der Wortmitte sowie die Ausgestaltung des in „i“ in der Wortmitte durch ein Ausrufezeichen mit deutlicher Oberlänge wirken noch hinreichend eigentümlich, um sich dem Verkehr als betriebliches Unterscheidungsmittel einzuprägen. Damit fehlt der Marke jedenfalls genau in der grafischen und farblichen Merkmalskombination, in der sie beansprucht wird, nicht jegliches Mindestmaß an Unterscheidungskraft. Die konkrete grafische Gestaltung

ist auch nicht Freihaltungsbedürftig, so dass die angemeldete Marke schutzfähig ist.

Dr. Albrecht

Dr. van Raden

Kruppa

Na