



BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 34/10

Verkündet am
2. Juni 2010

(Aktenzeichen)

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 307 61 550.2

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 2. Juni 2010 unter Mitwirkung der Richterinnen Martens und Winter sowie des Richters Schell

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Angemeldet ist die Wort-/Bildmarke



für folgende Waren der Klassen 10, 11 und 20

„Wasserbetten, -kissen und Wasserbettmatratzen, für medizinische Zwecke, Wasserbeutel für medizinische Zwecke; Wasserbettheizungen; Möbel und Zubehörteile für Wasserbetten, insbesondere Bettgestelle, Bettzeug (ausgenommen Bettwäsche), Kopfstützen, Matratzen, Nackenrollen; Kanapees und Liegen; Kommoden; Nachttische; Schränke; Wasserbetten nicht für medizinische Zwecke“.

Die Markenstelle für Klasse 10 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, das englische Wort „Masterpiece“ habe im Inland nicht nur bezogen auf künstlerische Leistungen, sondern ganz allgemein die Bedeutung, „Meisterwerk, Meisterstück“ und stelle im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren einen ohne Weiteres verständlichen Sachhinweis auf meisterhaft gefertigte Produkte dar. Die graphische Ausgestaltung könne nicht schutzbegründend wirken, da es sich um einen einfach

gestalteten Schriftzug handele, der den sachbezogenen Charakter der Marke insgesamt nicht aufhebe, so dass der Verkehr der Kennzeichnung keine betriebliche Hinweiskraft entnehme.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Zur Begründung trägt sie vor, dem Begriff „Masterpiece“ fehle nicht die Unterscheidungskraft und er sei auch nicht lediglich beschreibend. Die einzelnen Wörter „Master“ und „Piece“ seien nicht zwanglos so zu übersetzen, wie vom DPMA vorgenommen. „Master“ spreche eher für eine lobende Anpreisung, die jedoch keine konkrete Beschreibung der Waren enthalte. Es sei unüblich, in dem doch sehr speziellen Bereich des Wasserbettenmarktes solche Produkte mit diesem Begriff zu bezeichnen, so dass bereits die Wortmarke hätte eingetragen werden müssen. Dies gelte erst recht für die Marke in ihrer grafischen Ausgestaltung, die originell ausfalle und wegen der besonders gestalteten Schriftart sowie der persönlichen Handschrift einen phantasievollen Überschuss besitze. Das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG stehe der Eintragung nicht entgegen, denn der Verkehr könne dem Zeichen in seiner Ausgestaltung zunächst keine konkrete Bedeutung entnehmen. Die Anmelderin weist auf zahlreiche ihrer Ansicht nach vergleichbare Voreintragungen hin. Die Marke sei auch unterscheidungskräftig, da sie keinen bekannten Ausdruck der englischen oder deutschen Sprache enthalte. Sie trete dem Verkehr im Übrigen in einer besonderen grafischen Gestaltung gegenüber. Im Ladungszusatz wurde auf die „Capolavoro“-Entscheidung des Senats sowie auf die Zurückweisung der Anmeldung „Meisterstück“ durch das HABM hingewiesen. Ihrer Ankündigung im Schriftsatz vom 12. April 2010 folgend ist die Anmelderin im Termin nicht erschienen.

Die Beschwerdeführerin beantragt sinngemäß,

die angefochtenen Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamts aufzuheben.

II.

Die Beschwerde ist zulässig, in der Sache aber nicht begründet. Der beantragten Eintragung der angemeldeten Marke steht das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen. Die Markenstelle hat die Anmeldung daher zu Recht zurückgewiesen (§ 37 Abs. 1 MarkenG).

Unterscheidungskraft i. S. v. von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG bedeutet die Eignung einer Marke, die mit ihr beanspruchten Waren oder Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und sie dadurch von denen anderer Anbieter für den Verkehr unterscheidbar zu machen. Obwohl Marken daneben auch noch weitere rechtlich geschützte Funktionen ausüben, ist die Herkunftsfunktion nach ständiger Rechtsprechung als ihre Hauptfunktion anzusehen (vgl. EuGH GRUR 2009, 756, 761, Rdn. 58 – L'Oréal; EuGH GRUR Int. 2005, 1012, 1014, Rdn. 27 – BioID; BGH GRUR 2008, 710, Rdn. 12 – VISAGE). Die Eintragung einer Marke kommt somit nur dann in Betracht, wenn ein Zeichen die notwendige Unterscheidungskraft aufweist, um diese Herkunftsfunktion erfüllen zu können (vgl. EuGH GRUR 2003, 55, 57 f., Rdn. 51 – Arsenal Football Club; EuGH GRUR 2001, 1148, 1149 – BRAVO; BGH MarkenR 2006, 395, 397, Rdn. 18 – FUSSBALL WM 2006, m. w. N.). Ist diese Voraussetzung bei einer angemeldeten Marke nicht erfüllt, widerspricht es dem Allgemeininteresse, dieses Zeichen durch seine Eintragung ins Register zugunsten eines Anmelders zu monopolisieren und der Nutzung durch die Allgemeinheit dauerhaft zu entziehen. Ob eine Marke die erforderliche Unterscheidungskraft aufweist, ist stets im Hinblick auf die mit ihr beanspruchten Waren und Dienstleistungen und aus Sicht der beteiligten Verkehrskreise zu beurteilen.

Wie bereits die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat, handelt es sich bei dem Wort „Masterpiece“, das der angemeldeten Marke ohne Weiteres zu entnehmen ist, um einen Ausdruck der englischen Sprache, der in der deutschen Übersetzung mit dem Begriff „Meisterwerk, Meisterstück“ wiedergegeben wird. Da dieses Wort

als zusammenbesetzter Ausdruck in der Fremdsprache existiert, kann dahinstehen, welcher Aussagegehalt den einzelnen Bestandteilen „master“ bzw. „piece“ zukommt. Das Wort „Masterpiece“ ist dem allgemeinen Verkehr, an den sich die vorliegenden Waren richten, auch geläufig. Dies liegt nicht nur daran, dass das englische Wort aus einfachen Begriffen besteht, sondern in seiner Wortbildung und Aussage dem deutschen „Meisterstück“ vollständig entspricht. In beiden Sprachen wird es dabei nicht nur auf den künstlerischer Bereich beschränkt verstanden. Vielmehr benennt es ganz allgemein Spitzenleistungen, etwa handwerklicher, technischer oder auch sportlicher Art, die sich auch auf solche Waren beziehen können, die sich durch eine meisterhafte Ausführung oder ein meisterliches Design auszeichnen. Dass das englische Wort als solches im Deutschen in der dargestellten Bedeutung gebräuchlich ist, zeigt etwa auch die dem Erinnerungsbeschluss beiliegende Abbildung von Designerstühlen unter dem Titel „100 Masterpieces aus der Sammlung des Vitra Design Museums“. Es wird damit als ein unmittelbar auf die Waren bezogenes Werteverprechen verstanden und erschöpft sich in der Anpreisung von deren meisterlicher Qualität (vgl. hierzu auch Senatsentscheidung vom 11. Juli 2007, 28 W (pat) 99/06 - „Capolavoro“ mit den dort recherchierten Verwendungsbeispielen sowie BPatG 33 W (pat) 215/98 - MASTER STROKE; HABM, R0866/05-2 - MEISTERSTÜCK, alle Entscheidungen veröffentlicht auf PAVIS ROMA CD-ROM). Jedenfalls bringt der Verkehr, zu dem neben den angesprochenen Endverbrauchern auch der mit den fraglichen Waren befasste Handel (EuGH GRUR 2006, 411 ff., Rdn. 44 - Matratzen Concord/Hukla; EuGH GRUR 1999, 723, 725, Rdn. 29 - Chiemsee) gehört, „Masterpiece“ nicht mit der Herkunft der hier beanspruchten Waren aus einem bestimmten Unternehmen in Zusammenhang. Entgegen der Ansicht der Anmelderin haben diese Feststellungen auch auf dem vorliegenden Warengbiet Gültigkeit. Schon mit Möbeln allgemein verbindet der Verkehr nicht nur eine bestimmte Funktionalität, sondern in erster Linie handwerkliches Können und besondere Designansprüche, alles Produkteigenschaften, die meisterliches Arbeiten vom Entwurf bis zur Herstellung voraussetzen. Für Wasserbetten, deren Teile und Zubehör, für die die Anmelderin im Wesentlichen Schutz begehrt, gilt

das so eben Gesagte jedenfalls gleichermaßen, da der Verkehr im Zusammenhang mit diesen nicht alltäglichen Möbelstücken vom Hersteller neben großer Erfahrung in der Konstruktion spezielle Kenntnisse darüber erwartet, welche Anforderungen etwa an die verwendeten unterschiedlichen Werkstoffe und deren Verbindung mit dem Element Wasser zu stellen sind. Um diese komplexen Erwartungen erfüllen zu können, sind handwerkliche Leistungen auf hohem Niveau erforderlich, die sich in einem meisterhaften Endprodukt niederschlagen. Dementsprechend bewirbt die Anmelderin ihr mit „Masterpiece“ gekennzeichnetes Produkt unter der produktanpreisenden Überschrift „Das Meisterstück“ als „ein vollvolumiges Polster-Wasserbett der Spitzenklasse deutscher Handwerkskunst“ (vgl. ...).

Vor diesem Hintergrund kann auch die konkrete Gestaltung der angemeldeten Marke deren Eintragbarkeit nicht begründen, da sie sich im Rahmen des Werbeüblichen bewegt. Sie tritt nicht so deutlich hervor, dass durch eine Verfremdung des Gesamteindrucks der Marke der schutzunfähige Charakter des Wortes „Masterpiece“ insgesamt aufgehoben werden könnte. Sowohl bei der schwarzen rechteckförmigen Umrahmung des in weißen Buchstaben gehaltenen Schriftzugs wie auch bei der leicht von links unten nach rechts oben verlaufende handschriftähnlichen Schreibweise handelt es sich um einfache grafische Mittel und übliche Verzierungen, die die Marke lediglich ansprechend gestalten sollen, ihr jedoch eine herkunftskennzeichnende Eigenart nicht beimessen können. Entgegen der Ansicht der Anmelderin verlässt die an eine Handschrift erinnernde Wiedergabe des Wortes „Masterpiece“ den Rahmen der üblichen Gestaltungsmittel nicht und ist daher ebenso wie die auf Seite 5 des Erinnerungsbeschlusses gezeigten Beispiele aus der Rechtsprechung des Bundespatentgerichts nicht in der Lage, die fehlende Unterscheidungskraft von „Masterpiece“ aufzuwiegen (vgl. BGH GRUR 2001, 1153 - antiKALK sowie I ZB 32/09 v. 14.1.2010 - „hey!“).

Soweit sich die Anmelderin zur Begründung ihrer Beschwerde auf Voreintragungen zum Markenwort „Masterpiece“ z. B. für Waren der Klassen 2, 14 oder 34 beruft, begründet dieser Vortrag kein anderes Prüfungsergebnis. Sowohl der

EuGH als auch der BGH haben immer wieder bestätigt, dass Voreintragungen generell keine Bindungswirkung zukommen kann, sondern stattdessen ausschließlich auf Grundlage der gesetzlichen Eintragungshindernisse und nicht einer möglicherweise einschlägigen Entscheidungspraxis zu beurteilen sind (zuletzt EuGH GRUR Int. 2010, 45ff Rdn. 57 - American Clothing). Dies gilt sogar im Extremfall, dass die identische Marke für denselben Anmelder bereits einmal eingetragen wurde (vgl. BGH GRUR 2009, 411f, Rdn 14 -STREETBALL). Der Umstand, dass Voreintragungen – zu Recht oder zu Unrecht – erfolgt sind, kann lediglich in die umfassende Schutzfähigkeitsprüfung des konkreten Einzelfalls miteinbezogen werden (vgl. EuGH MarkenR 2009, 201 – Schwabenpost; BGH GRUR 2009, 778, 779, Rdn. 8 – Willkommen im Leben). In diesem Sinne hat der Senat bei der Beurteilung des streitgegenständlichen Zeichens die von der Anmelderin angeführten Voreintragungen berücksichtigt, ohne dass sich hieraus schutzbegründende Gesichtspunkte ergeben hätten. Gleiches gilt für die von der Anmelderin hilfsweise erklärte Beschränkung der Anmeldung auf die Waren der Klasse 10, die keinen positiven Einfluss auf das bestehende Schutzhindernis haben kann.

Die Beschwerde war somit zurückzuweisen.

Martens

Winter

Schell

Me