



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 506/10

(Aktenzeichen)

Verkündet am
2. März 2011

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2008 052 912.1

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 2. März 2011 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Fuchs-Wisseemann sowie des Richters Reker und der Richterin Dr. Schnurr

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 21 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 11. Dezember 2009 aufgehoben.

Gründe

I.

Mit Beschluss vom 11. Dezember 2009 hat die Markenstelle für Klasse 21 des Deutschen Patent- und Markenamtes die Eintragung der u. a. für die Waren

„Klasse 11: Wäschetrockner, Haartrockner, elektrische Bettwärmer, Heizdecken und Heizkissen (nicht für medizinische Zwecke), Taschenlampen,

Klasse 16: Windeln, Notenhefte, uncodierte Geld-, Telefon- und Kreditkarten,

Klasse 21: Käämme, Mundduschen und Zahnbürsten, auch elektrisch“

in schwarz-weiß angemeldeten Wort-/Bildmarke 30 2008 052 912.1/21



mit der Begründung zurückgewiesen, dass dem angemeldeten Zeichen für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft fehle, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Der Wortbestandteil „TISCH & TREND“ bezeichne den Produktbereich, zu dem die beanspruchten Waren und Dienstleistungen gehören. Dabei stelle der als Synonym für „Haushalt“ verwendete Begriff „Tisch“ den Bezug zu Haushaltswaren her. „Trend“ bezeichne eine Entwicklungstendenz, mit der die Modernität und Innovation auf diesem Warengbiet zum Ausdruck gebracht werden solle. Weder das „&“-Zeichen, noch die grafische Ausgestaltung der angemeldeten Wort-/Bildmarke im Übrigen seien im Rahmen der gebotenen Gesamtwürdigung geeignet, ihre Schutzfähigkeit zu begründen.

Gegen diese Entscheidung wendet sich die Anmelderin mit ihrer Beschwerde. Das „&“-Zeichen rage aus der Textzeile „Tisch &“ weit heraus und dominiere auf diese Weise sowie durch seine Darstellung mit Schattenwurf die Wortbestandteile des angemeldeten Zeichens. Die Alliteration der Begriffe „Tisch & Trend“ schaffe eine akustische Klammer. Die Anordnung seiner Wortbestandteile und der horizontalen Trennlinie vor einer quadratischen Grundform führten zu einer klaren, wohl proportionierten und einprägsamen Gestaltung des angemeldeten Zeichens. In seiner Gesamtheit sei es daher zur Wahrnehmung als Herkunftshinweis geeignet. Ein Freihaltebedürfnis bestehe nicht. Im Beschwerdeverfahren hat die Anmelderin das ursprüngliche Waren- und Dienstleistungsverzeichnis auf die im Tenor genannten Waren beschränkt.

Die Anmelderin beantragt,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 21 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 11. Dezember 2009 aufzuheben.

Ergänzend wird auf den Inhalt der Akte des Deutschen Patent- und Markenamtes 30 2008 052 912.1 und das Protokoll der mündlichen Verhandlung vom 2. März 2011 Bezug genommen.

II.

Die gemäß § 66 Abs. 1, 2 MarkenG zulässige Beschwerde erweist sich nach Beschränkung des Warenverzeichnisses als begründet. Einer Eintragung der angemeldeten Wort-/Bildmarke „TISCH & TREND“ für die nunmehr allein noch von der Zurückweisung umfassten und beanspruchten Waren „Wäschetrockner, Haartrockner, elektrische Bettwärmer, Heizdecken und Heizkissen (nicht für medizinische Zwecke), Taschenlampen, Windeln, Notenhefte, uncodierte Geld-, Telefon- und Kreditkarten, Käämme, Mundduschen und Zahnbürsten, auch elektrisch“ steht weder das von der Markenstelle angenommene Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen, noch besteht insoweit ein Freihaltebedürfnis, § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG.

Unterscheidungskraft im Sinne des § 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 für den Verkehr von denen anderer Anbieter unterscheidbar zu machen (vgl. EuGH GRUR 2006, 233, 235, Rdn. 45 - Standbeutel; EuGH GRUR 2003, 604, 608, Rdn. 62 - Libertel). Die Eintragung einer Marke kommt nur in Betracht, wenn ein Zeichen diese Herkunftsfunktion erfüllen kann (vgl. EuGH GRUR 2003, 55, 57 f., Rdn. 51 - Arsenal Football Club; BGH MarkenR 2006, 395, 397, Rdn. 18 - FUSSBALL WM 2006, m. w. N.). Ist dies nicht der Fall, widerspricht es dem Allgemeininteresse, das fragliche Zeichen durch seine Eintragung ins Register zugunsten eines Anmelders zu monopolisieren und der Nutzung durch die Allgemeinheit dauerhaft zu entziehen (vgl. EuGH GRUR 2008, 608, 610, Rdn. 59 - EUROHYPO; EuGH GRUR 2004, 943, 944, Rdn. 26 - SAT.2, EuGH GRUR 2003, 604, 608, Rdn. 60 - Libertel). Da die Frage der Unterscheidungskraft stets konkret für die jeweils beanspruchten Waren oder Dienstleistungen zu beurteilen ist, vermag eine Marke für bestimmte Waren und Dienstleistungen unterscheidungskräftig zu sein, während ihr für andere die Unterscheidungskraft fehlt (vgl. EuGH GRUR 2004, 674, 677, Rdn. 73 - 78 - Postkantoor; GRUR 2007, 425,

426, Rdn. 32 - MT&C/BMW). Um das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkG zu überwinden, reicht nach ständiger Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs jede noch so geringe Unterscheidungskraft aus (vgl. z. B. BGH GRUR 2006, 850, Rdn. 28 - FUSSBALL WM 2006).

Für die nunmehr allein noch beanspruchten Dienstleistungen „Wäschetrockner, Haartrockner, elektrische Bettwärmer, Heizdecken und Heizkissen (nicht für medizinische Zwecke), Taschenlampen, Windeln, Notenhefte, uncodierte Geld-, Telefon- und Kreditkarten, Käämme, Mundduschen und Zahnbürsten, auch elektrisch“ kann der angemeldeten Wort-/Bildmarke „TISCH & TREND“ das hiernach erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft nicht abgesprochen werden; der durch graphische Gestaltungselemente hervorgehobene Hinweis auf Waren der Wohn- und Esskultur sowie Accessoires wie Reiseutensilien oder Modeschmuck, deren Gestaltung üblicherweise wechselnden modischen Tendenzen folgt und dem Zeitgeist unterliegt, beschreibt weder die Art, Bestimmung, Beschaffenheit oder sonstige Merkmale dieser an den Endverbraucher gerichteten Waren, noch weist er einen engen, sachlich beschreibenden Bezug zu ihnen auf. Denn die im Tenor genannten Waren der Klassen 11, 16 und 21 werden üblicherweise weder zu Wohn- oder Dekorationszwecken oder als modisches Accessoire, noch zur Nahrungszubereitung, in der Küche oder bei Tisch verwendet. Da es sich bei der in der angemeldeten Marke enthaltenen Bezeichnung „TISCH & TREND“ für die fraglichen Waren auch sonst nicht um eine im Verkehr gebräuchliche Bezeichnung handelt, ist zu erwarten, dass die angesprochenen Endverbraucher die angemeldete Marke im Zusammenhang mit diesen Waren als Herkunftshinweis auffassen werden.

Das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG liegt insoweit ebenfalls nicht vor, denn „TISCH & TREND“ eignet sich objektiv weder zur Beschreibung der im Tenor genannten Waren, noch vermag das Markenwort die Art, Bestimmung, Beschaffenheit oder sonstige Merkmale der Waren zu bezeichnen. Ein Freihaltebedürfnis besteht für diese Waren daher nicht.

Da weitere Eintragungshindernisse nicht ersichtlich sind, war der Beschwerde der Anmelderin nach Beschränkung des Warenverzeichnisses aus diesen Gründen stattzugeben.

Vorsitzender Richter
Dr. Fuchs-Wisseemann ist
wegen Urlaubs an der
Unterzeichnung des Be-
schlusses gehindert.

Reker

Dr. Schnurr

Reker

Bb