



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 504/13

(Aktenzeichen)

Verkündet am
7. Mai 2014

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2012 010 635.8

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 7. Mai 2014 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Fuchs-Wisseemann sowie der Richter Reker und Dr. Himmelmann

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Der Anmelder hat beim Deutschen Patent- und Markenamt die Eintragung der Marke

cookline

für die Waren der Klasse 21

„Geräte und Behälter für Haushalt und Küche; Haushaltsgeräte, voranstehende Waren soweit in Klasse 21 enthalten, insbesondere Becher, Krüge, Gläser (Gefäße), Töpfe, Schalen, Schüsseln, Dosen, Flacons, Flaschen; Deckel, Vacuumdeckel, Multifunktionsdeckel, Abdeckungen, Überlaufschutz, Spritzschutz, Untersetzer für Töpfe, Pfannen und Schüsseln, vorzugsweise aus Kunststoff oder Silikon; Topflappen und Formen zum Backen, Kochen, Tiefgefrieren, vorzugsweise aus Kunststoff oder Silikon“

beantragt.

Die Markenstelle für Klasse 21 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung zurückgewiesen, weil der angemeldeten Marke für die beanspruchten Waren die Unterscheidungskraft fehle (§§ 37 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Zur Begründung hat die Markenstelle ausgeführt, die aus den englischsprachigen Begriffen „cook“ und „line“ sprachüblich zusammengesetzte Bezeichnung „cookline“ bezeichne eine auf den Vorgang des Kochens bezogene Produktlinie und werde vom inländischen Verkehr auch ohne Weiteres nur in diesem sachbezogenen, beschreibenden Sinne und nicht als betrieblicher Herkunftshinweis verstanden. Das Bundespatentgericht habe bereits in mehreren Entscheidungen festgestellt, dass der ursprünglich englische Begriff „line“ in der deutschen Werbesprache auf vielen Warengebieten dazu verwendet werde, um auf eine bestimmte Produktlinie hinzuweisen. Auch im Haushalts- und Küchenbereich sei die Verwendung von Wortverbindungen mit dem Begriff „line“ zur beschreibenden Bezeichnung von Produktlinien üblich (BPatG PAVIS PROMA 32 W (pat) 018/97 - Kitchenline). Rechtlich unerheblich sei demgegenüber, dass die Bezeichnung „cookline“ lexikalisch nicht nachweisbar sei, weil kein Lexikon alle erdenklichen Wortzusammenstellungen enthalte und auch die Neuheit einer Bezeichnung noch keinen Schluss auf ihre markenrechtliche Unterscheidungskraft erlaube. Auch verschiedene Verständnismöglichkeiten der angemeldeten Marke änderten nichts an deren beschreibendem Charakter, weil eine Angabe bereits dann nicht als Marke schutzfähig sei, wenn sie in einer ihrer möglichen Bedeutungen Merkmale der beanspruchten Waren bezeichne.

Dagegen wendet sich der Anmelder mit der Beschwerde. Er ist der Ansicht, die angemeldete Marke weise für die mit der Anmeldung beanspruchten Waren die notwendige Unterscheidungskraft i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG auf. Eine angemeldete Marke sei stets in ihrer Gesamtheit zu prüfen. Die Markenstelle habe aber eine unzulässige zergliedernde Betrachtungsweise vorgenommen und die Unterscheidungskraft an Hand der Einzelbestandteile „Cook“ und „line“ verneint. Diese Einzelbestandteile wiesen jeweils mehrere Bedeutungen auf, so dass auch die angemeldete Marke insgesamt verschiedene Bedeutungen haben könne, darunter auch solche, die die beanspruchten Waren nicht unmittelbar beschrieben. Es seien einige Überlegungen erforderlich, um auf die von der Markenstelle angenommene beschreibende Bedeutung der angemeldeten Marke zu kommen. Da

die angemeldete Marke die beanspruchten Waren nicht unmittelbar beschreibe, stehe ihrer Eintragung auch § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht entgegen. Ergänzend verweist der Anmelder zur Stützung seiner Auffassung auf die im Verkehr verwendete Marke „KitchenAid“ sowie eine Anzahl von vom Deutschen Patent- und Markenamt und vom Gemeinschaftsmarkenamt eingetragenen Marken mit dem Bestandteil „line“ bzw. dem Bestandteil „cook“. Es sei von der Markenstelle nicht dargelegt worden und auch sonst nicht erkennbar, aus welchen Gründen von der Amtspraxis der Eintragung vergleichbar gebildeter Marken abgewichen werde.

Der Anmelder beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 21 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 13. November 2012 aufzuheben.

II

Die zulässige Beschwerde ist unbegründet. Der angemeldeten Marke fehlt für die mit der Anmeldung beanspruchten Waren jegliche Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Unterscheidungskraft im Sinne der vorstehenden Bestimmung weist eine Marke auf, die geeignet ist, die Waren und Dienstleistungen, für die sie benutzt werden soll, als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und sie dadurch für den Verkehr von denen anderer Unternehmen zu unterscheiden (EuGH GRUR 2006, 233, 235, Nr. 45 - Standbeutel; GRUR 2003, 604, 608, Nr. 62 - Libertel). Die Eintragung eines Zeichens als Marke kommt nur in Betracht, wenn es diese Herkunftsfunktion erfüllen kann (EuGH GRUR 2003, 55, 57 f., Nr. 51 - Arsenal Football Club; BGH MarkenR 2006, 395, 397, Nr. 18 - FUSSBALL WM 2006). Ist dies nicht der Fall, widerspricht es dem Allgemeininteresse, das fragliche Zeichen durch seine Eintragung ins Markenregister zu Gunsten eines

einzelnen Anmelders zu monopolisieren und der Nutzung durch die Allgemeinheit dauerhaft zu entziehen (EuGH GRUR 2008, 608, 610, Nr. 59 - EUROHYPO). Die erforderliche Unterscheidungskraft ist zum einen solchen Angaben und Zeichen abzusprechen, die einen unmittelbar beschreibenden Sinngehalt aufweisen. Aber auch anderen Angaben kann die Unterscheidungskraft fehlen, wenn sie sich auf Umstände beziehen, durch die ein enger beschreibender Bezug zu den beanspruchten Waren oder Dienstleistungen hergestellt wird (BGH a. a. O. Nr. 28 - FUSSBALL WM 2006). Das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft kann schließlich solchen Angaben und Zeichen fehlen, die aus anderen Gründen nicht zur betrieblichen Herkunftskennzeichnung geeignet sind, weil sie der Verkehr ausschließlich als Sachbegriff in seiner ursprünglichen Bedeutung und daher nicht als Unterscheidungsmittel versteht (Ströbele/Hacker, 9. Aufl., § 8, Rn. 49 m. w. N.).

Nach den vorstehenden Grundsätzen ist die angemeldete Marke nicht geeignet, die in der Anmeldung aufgeführten Waren der Klasse 21 ihrer betrieblichen Herkunft nach zu kennzeichnen und von den Produkten anderer Unternehmen zu unterscheiden. Die angemeldete Wortmarke „Cookline“ stellt, wie die Markenstelle zutreffend festgestellt hat, eine sprachregelgerechte Verbindung der englischsprachigen Begriffe „Cook“ und „line“ dar und wird von dem normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen inländischen Durchschnittsverbraucher auf dem hier maßgeblichen Warengbiet der Haushaltswaren ohne weiteres im Sinne von „Kochlinie“ verstanden, da der englische Begriff „cook“ in seinen Bedeutungen „kochen“ bzw. „Koch“ zum englischen Grundwortschatz zählt und der ursprünglich englische Begriff „line“ in den deutschen Sprachschatz eingegangen ist und – hier wie dort – eine Produktreihe/-serie bezeichnet (ständige Rechtsprechung, vgl. z. B. BPatG PAVIS PROMA 32 W (pat) 018/97 – Kitchen-Line).

Dass die Markenstelle zunächst die Bedeutung der einzelnen Wortbestandteile, aus denen die angemeldete Marke gebildet ist, ermittelt und im Beschluss darge-

legt hat, begegnet keinen rechtlichen Bedenken (EuGH GRUR 2006, 229 - BioID; GRUR 2010, 534 – PRANAHAUS). Auch eine unzulässige zergliedernde Betrachtungsweise der angemeldeten Marke durch die Markenstelle ist darin nicht zu sehen, da die Markenstelle letztlich auf die Bedeutung der angemeldeten Marke in ihrer Gesamtheit abgestellt hat.

Die angemeldete Marke weist entgegen der Ansicht des Anmelders auch keine schutzbegründende begriffliche Unbestimmtheit oder Interpretationsbedürftigkeit auf. Bei der naheliegendsten wörtlichen Übersetzung hat die angemeldete Marke nämlich die Bedeutung „Kochlinie“ bzw. „Kochserie“ und damit einen beschreibenden Begriffsgehalt in Bezug auf sämtliche beanspruchten Waren. Zwar kann die Angabe „Cookline“ im Zusammenhang mit den in der Anmeldung aufgeführten Waren einerseits als eine Haushaltswarensérie zum Kochen und andererseits als eine solche Serie für Köche verstanden werden. Beide Verständnismöglichkeiten sind aber rein sachbezogen und unmittelbar beschreibend, so dass es rechtlich unschädlich ist, dass die angemeldete Marke in der einen oder anderen Richtung verstanden werden kann. Denn hat ein Markenwort mehrere Bedeutungen, die sämtlich in Bezug auf die maßgeblichen Waren der Anmeldung beschreibend sind, reicht der allein durch die verschiedenen Deutungsmöglichkeiten hervorgerufene Interpretationsaufwand des Verkehrs für die Bejahung einer Unterscheidungskraft nicht aus (BGH MarkenR 2014, 194, 197 – HOT).

Die übrigen vom Anmelder vorgetragenen Übersetzungsmöglichkeiten liegen im Hinblick auf die beanspruchten Waren deutlich ferner, bewegen sich aber ebenfalls im beschreibenden Bereich. Sie können die Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke für die beanspruchten Waren der Klasse 21 daher ebenfalls nicht herbeiführen. Abgesehen davon begründet nicht jede begriffliche Unbestimmtheit einer Angabe deren markenrechtlich erforderliche Unterscheidungskraft. Auch relativ vage und allgemeine Angaben sind ausschließlich als verbraucherorientierte Sachinformationen zu bewerten, insbesondere wenn sie sich auf umfängliche und übergreifende Sachverhalte beziehen. Bei Oberbegriffen oder Sammelbezeich-

nungen ist eine gewisse Allgemeinheit und Unschärfe sogar unvermeidbar, um den gewünschten möglichst weiten Bereich waren- oder dienstleistungsbezogener Eigenschaften beschreibend erfassen zu können (BGH GRUR 2000, 882, 883 – Bücher für eine bessere Welt; GRUR 2003, 1050 – Cityservice; GRUR 2009, 952 - DeutschlandCard).

Die angemeldete Marke will offensichtlich eine Serie von für Köche bzw. zum Kochen bestimmten, verschiedenartigen Produkten bezeichnen, ohne diese und ihre jeweiligen Eigenschaften näher bezeichnen zu wollen. Bei dieser Intention ist ihr eine gewisse Unschärfe immanent, wodurch sie jedoch ihren beschreibenden Charakter nicht verliert. Sie erschöpft sich in der sprachregelgerechten Aneinanderreihung zweier beschreibender Angaben und weist auch insgesamt nur einen beschreibenden Begriffsgehalt auf. Da sie keine grammatikalischen oder sonstigen sprachlichen Besonderheiten aufweist, die den Verkehr veranlassen könnten, in ihr einen betrieblichen Herkunftshinweis zu sehen, fehlt ihr - wie von der Markenstelle festgestellt - jegliche Unterscheidungskraft i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Auch die vom Anmelder angeführten Vorbenutzungen und Voreintragungen von seiner Ansicht nach vergleichbar gebildeten Marken rechtfertigen keine andere rechtliche Beurteilung der angemeldeten Marke. Selbst identische inländische und ausländische Voreintragungen haben keinerlei verbindliche Bedeutung für spätere Anmeldungen der gleichen Marke (EuGH GRUR 2009, 667 – Bild.T-Online.de u. ZVS; BGH GRUR 2010, 230 – SUPERgirl). Dies gilt erst recht dann, wenn – wie im vorliegenden Fall – keine identischen, sondern nur ähnliche Voreintragungen geltend gemacht werden. Im Übrigen ist gegenüber den vom Anmelder angeführten Voreintragungen auf die langjährige Rechtsprechung des EuGH (GRUR 2003, 58 – COMPANYLINE), des BGH (GRUR 1996, 68 f. – Cotton Line; 1998, 394 – Active Line) und des BPatG (z. B. PAVIS PROMA 28 W (pat) 117/95 - BIOLINE; 25 W (pat) 34/05 – Danceline; 32 W (pat) 18/97 - Kitchenline) zu aus dem Begriff „line“ und einer vorangestellten

weiteren beschreibenden Angabe gebildeten Wortkombinationen zu verweisen, die in ständiger Rechtsprechung als nicht unterscheidungskräftig beurteilt worden sind.

Da es der angemeldeten Marke für die beanspruchten Waren an der Unterscheidungskraft i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG fehlt, kann die Frage, ob ihrer Eintragung auch das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegensteht, weiterhin dahingestellt bleiben.

Dr. Fuchs-Wisseemann ist
in den Ruhestand getreten
und daher an der
Unterzeichnung gehindert.

Dr. Himmelmann

Reker

Reker

Bb