

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

Die „XXXL“- Marke - Keine Eintragungsfähigkeit von charakteristischem Werbebegriff

Trotz intensiver Verwendung bei Plakatwerbung, Print-Inseraten, Rundfunk-Spots und TV-Kampagnen: Die Buchstabenfolge „XXXL“ hat sich – isoliert betrachtet – nicht als Herkunftshinweis durchgesetzt und kann daher nicht als Wortmarke eingetragen werden.

Nach Ansicht des [Bundespatentgerichts \(Beschluss vom 12.1.2011, Aktz.: 26 W \(pat\) 22/10\)](#) wird „XXXL“ im allgemeinen deutschen Sprachgebrauch als gängige Beschreibung „für etwas sehr Großes“ verwendet. Dass die Bezeichnung infolge der Werbung darüber hinaus häufig mit den Produkten eines bestimmten Herstellers in Verbindung gebracht werde, reiche für eine Eintragungsfähigkeit nicht aus.

Fall

Die Beschwerdeführerin ist Mitglied der sogenannten „XXXL-Gruppe“ und Tochtergesellschaft des weltweit zweitgrößten Möbelhandelsunternehmens. Sie hatte beim Bundespatengericht Rechtsschutz gesucht, nachdem das Deutsche Patent- und Markenamt (DPMA) die Eintragung des Ausdrucks „XXXL“ als Marke für Möbelstücke, Textilwaren und weitere Gebrauchs- und Einrichtungsgegenstände abgelehnt hatte.

Entscheidung

Das Bundespatentgericht schloss sich der Auffassung des DPMA an und entschied, dass es der Buchstabenfolge „XXXL“ an der für eine Eintragung erforderlichen Unterscheidungskraft fehle. Die Bezeichnung sei nicht geeignet, die beanspruchten Waren als von der Beschwerdeführerin stammend zu charakterisieren.

„XXXL“ ist die Steigerungsform der allgemein bekannten Größenangaben ‚L‘, ‚XL‘ und ‚XXL‘, die auf dem Bekleidungssektor zur Bezeichnung von Konfektionsgrößen üblich sind“, führen die Richter in ihrer Begründung aus. Mittlerweile jedoch habe sich „XXL“ ebenso wie „super“ oder „mega“ über die reine Größenangabe hinaus zusätzlich als Hinweis auf eine Sonderstellung eines Produkts entwickelt. Dasselbe gelte für die Zeichenfolge „XXXL“: Potentielle Kunden würden dem Ausdruck keinen Herkunftshinweis entnehmen, sondern lediglich eine Anspielung darauf sehen, dass es sich bei dem gekennzeichneten Gegenstand um ein besonders großes Produkt seiner Art handele.

Nach Ansicht des Senats wird das Eintragungshindernis auch nicht im Wege der sogenannten Verkehrsdurchsetzung nach § 8 III Markengesetz überwunden.

“

§ 8 III MarkenG: [Eine Eintragungsfähigkeit ist gegeben], „wenn die Marke sich vor dem Zeitpunkt der Entscheidung über die Eintragung infolge ihrer Benutzung für die Waren oder Dienstleistungen, für die sie angemeldet worden ist, in den beteiligten Verkehrskreisen durchgesetzt hat.“

”

Die umfangreiche und charakteristische Werbung bewirke zwar, dass die Zeichenkombination „XXXL“ häufig mit den Produkten des Beschwerde führenden Unternehmens in Verbindung gebracht werde, so die Richter im vorliegenden Fall. Als markenmäßiger Herkunftshinweis durchgesetzt habe sich die Bezeichnung aber schon deswegen nicht, weil es in den Kampagnen an einer kennzeichenmäßigen Benutzung der Buchstaben fehle. Ein „XXXL-Preis“ beschreibe eben schlicht ein besonders günstiges Angebot. Ein Bezug zur Herkunft der beworbenen Ware werde dagegen nicht hergestellt.

Fazit

Ein an sich rein beschreibender Begriff kann als Marke eingetragen werden, wenn er sich im Verkehr als Herkunftshinweis durchgesetzt hat. Umfangreiche Werbemaßnahmen können eine solche Entwicklung begünstigen. Voraussetzung ist aber, dass die Bezeichnung kennzeichenmäßig verwendet wird.

Autor:

RA Felix Barth

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz / Partnermanagement