



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 23/03

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die angemeldete Marke 301 72 215.3

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts durch die Vorsitzende Richterin Dr. Schermer sowie die Richter Dr. van Raden und Schwarz am 11. November 2003

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Die Anmelderin hat die Bezeichnung

KIDS

als Wortmarke für „Bettdecken, Einziehdecken, Steppdecken, Trikotdecken, Trikotsteppdecken, Daunendecken, Tagesdecken, Plümos, Kissen, Haarkissen, Nackenstützkissen, Bettunterlagen, Matratzen, Matratzenschoner, Schlafsäcke, Bettwäsche; Füllungen für Betten, Kissen und Matratzen, nämlich Kunststofffasern, Wolle, Daunen, Federn, Tierhaare und Gemische daraus“ zur Eintragung in das Register angemeldet.

Die Markenstelle für Klasse 24 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat mit Beschluss vom 22. November 2003 die Anmeldung wegen mangelnder Unterscheidungskraft und Bestehens eines Freihaltebedürfnisses zurückgewiesen. Die angemeldete Bezeichnung „KIDS“ stelle für die vorliegend im wesentlichen beanspruchten Bettwaren nur eine rein warenbeschreibende Angabe dar. Die Käuferkreise seien seit langem daran gewöhnt, dass das Wort „KIDS“ für Kinderbekleidung die gängige Kollektionsangabe darstelle. Erscheine diese allgemein verständliche Bestimmungsangabe in Verbindung mit den hier beanspruchten Waren, werde der angesprochene Verkehr darin ebenfalls nur eine Bestimmungsangabe sehen und annehmen, diese Waren seien speziell für Kinder und Jugendliche gedacht, zumal es Bettwaren, Decken und Matratzen speziell für die Ausstattung von

Kinderbetten und –zimmern gebe. Wegen seiner Eignung als Sach- und Werbebegriff auf dem vorliegenden Warengbiet hätten daher auch Mitbewerber ein erhebliches Interesse an der Verwendung dieses Wortes. Die Anmeldemarke sei daher als freihaltebedürftige und nicht unterscheidungskräftige Angabe nicht eintragungsfähig.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die nicht begründete Beschwerde der Anmelderin. Ihrer Auffassung nach missachtet der Beschluss den Grundsatz der Rechtsprechung, dass auch Begriffe der Umgangssprache als Marke benutzt und eingetragen werden könnten. Dies gelte vor allem für Marken, die in der Vorstellung der Verbraucher keine konkrete Verbindung zu den beanspruchten Waren hätten. Die angemeldete Marke werde auch nicht beansprucht, um die Benutzung des Wortes „KIDS“ grundsätzlich und absolut zu untersagen, sofern die Benutzung nicht mit den beanspruchten Waren erfolge. Das Anmeldezeichen sei daher schutzfähig und einzutragen.

II

Die zulässige Beschwerde ist unbegründet, weil die Anmeldemarke zumindest nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG nicht unterscheidungskräftig ist und somit nicht eingetragen werden kann.

Die Auffassung der Anmelderin, nach der höchstrichterlichen Rechtsprechung könnten auch Worte der Umgangssprache als Marke geschützt werden, ist nur im Ansatz zutreffend; sie übersieht nämlich, dass es für die Frage, ob ein konkret angemeldetes Wort eintragbar ist, entscheidend darauf ankommt, ob das angemeldete Wortzeichen, auch wenn es sich um ein Wort der Umgangssprache handelt, geeignet ist, dem Verbraucher oder Endabnehmer die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren zu garantieren, indem es ihm ermöglicht, diese Waren ohne Verwechslungsgefahr von Waren anderer Herkunft zu unterscheiden (st.

Rspr., vgl. EuGH MarkenR 2003, 227, 232 f. [Rz. 62]). Nach ständiger Rechtsprechung des BGH ist dies aber dann zu verneinen, wenn die angemeldete Wortmarke Merkmale der beanspruchten Waren unmittelbar beschreibt (vgl. BGH, GRUR 2001, 162 [163] m.w.N. – RATIONAL SOFTWARE CORPORATION). Die vorliegend zu beurteilenden Anmelde­marke „KIDS“ werden die angesprochenen Verkehrskreise aber nicht in einer die gekennzeichneten Waren nach ihrer individuellen betrieblichen Herkunft kennzeichnenden Bedeutung, sondern nur als sachlichen Hinweis darauf verstehen, dass die damit gekennzeichneten Waren vorrangig der Ausstattung von Kinder- bzw. Jugendbetten und –zimmern dienen.

Wie auch die Anmelderin nicht bestreitet, wird das ursprünglich aus dem englischen Sprachschatz stammende Wort „KIDS“ zwischenzeitlich auch im Deutschen allgemein als Synonym für Kinder und Jugendliche gebraucht (vgl. Lexikon der aktuellen Begriffe, 1997, S. 224; DUDEN, Deutsches Universalwörterbuch, 4. Aufl., S. 896; BPatG 28 W (pat) 327/96 – KID´S COLORS; 28 W (pat) 112/98 – Kids; 28 W (pat) 124/99 – KID´S COLORS; 25 W (pat) 38/01 – Kids & Co.; sämtlich veröffentlicht auf der PAVIS CD-ROM). In dieser Bedeutung findet sich das angemeldete Wort im Geschäftsleben allgemein zur Bezeichnung von Waren, die sich vornehmlich an Kinder und Jugendliche richten oder zur Verwendung durch diese gedacht sind.

Wegen dieses typischen und häufigen Gebrauchs des Wortes „KIDS“ im allgemeinen Geschäftsverkehr werden die angesprochenen Verkehrskreise, bei denen es sich vorliegend wegen der Art der beanspruchten Waren um alle Endverbraucher handelt, die Anmelde­marke auch in Zusammenhang mit den vorliegend beanspruchten Waren nur als Hinweis darauf auffassen, dass diese vorrangig für Kinder und Jugendliche bestimmt sind. Hiervon werden sie nicht nur bei den beanspruchten fertigen Bettwaren, sondern auch bei den Füllmaterialien ausgehen, für welche die angemeldete Marke ebenfalls geschützt werden soll. Denn wie die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat, hängt die Kaufentscheidung der Verbraucher bei Kinder- und Jugendwaren in sehr starkem Maße von der Materialbeschaf-

fenheit der angebotenen Waren ab. Insbesondere bei Bettwaren einschließlich der Füllungen wird ein besonders leichtes, gleichzeitig hautverträgliches und gut wärmendes Material erwartet. Auf das Vorliegen dieser Merkmale wird bei Produkten für Kinder und Jugendliche allgemein mit entsprechenden Angaben, zu welchen auch das angemeldete Wort „KIDS“ gehört, hingewiesen. Der Verkehr wird daher das Anmeldezeichen bei allen beanspruchten Waren nur als einen solchen Hinweis auf deren Eignung für Kinder und Jugendliche auffassen. Demgegenüber wird ihm der Gedanke, dass die Kennzeichnung die betriebliche Herkunft dieser Produkte anzeigen solle, erst gar nicht erst kommen. Ist eine Kennzeichnung aber nicht geeignet, auf die betriebliche Herkunft der Waren hinzuweisen, kann sie mangels der nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG erforderlichen Unterscheidungskraft nicht in das Register eingetragen werden.

Ob der Eintragung daneben auch das absolute Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegensteht, kann bei dieser Sachlage auf sich beruhen, wenn hierfür auch gewichtige Gründe sprechen.

Da die Markenstelle daher zu Recht der Anmeldemarke die Eintragung versagt hat, war die hiergegen gerichtete Beschwerde der Anmelderin zurückzuweisen.

Dr. Schermer

Dr. van Raden

Schwarz

Ko