



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 307/03

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 398 65 082.9

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 22. Februar 2006 unter Mitwirkung ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Die Markenstelle für Klasse 20 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat die Anmeldung der für Waren der Klassen 18, 20, 22, 27 und 28 bestimmten Marke

Camp'n Tramp

mit zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, teilweise zurückgewiesen, und zwar durch den Erinnerungsbeschluss letztendlich für

„Waren aus Leder und Lederimitationen, soweit in Klasse 18 enthalten; Reise- und Handkoffer; Regenschirme, Sonnenschirme einschließlich Sonnenschirmständer, Spazierstöcke; Luftmatratzen; Schlafsäcke für Campingzwecke; Waren, soweit in Klasse 20 enthalten, aus Kunststoffen; Seile, Bindfaden, Netze, Zelte, Planen, Segel, Säcke (soweit in Klasse 22 enthalten); Matten, Matten für Campingzwecke (Isomatten)“.

Zur Begründung hat die Markenstelle ausgeführt, der angemeldeten Marke fehle auch bei Anlegung des gebotenen großzügigen Maßstabs zumindest jegliche Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG). Der durchschnittlich informierte, aufmerksame und verständige Durchschnittsverbraucher verstehe sie ohne Weiteres im Sinne von „Campen und Trampen“, weil die ursprünglich englischsprachigen Begriffe, aus denen sie gebildet sei, bereits Eingang in den deutschen

Sprachschatz gefunden hätten. Der zwischen die beiden Markenwörter gesetzte Bestandteil „'n“ werde als Kurzform des englischen Bindewortes „and“ erkannt. Er sei dem deutschen Verkehr aus Begriffen wie „Rock'n Roll“ geläufig. Dass dieser Bestandteil nicht die Unterscheidungskraft einer Marke begründen könne, habe das Bundespatentgericht bereits mehrfach, u. a. anlässlich der Anmeldung der Wortmarke „Dip'n Strip“ (BIPMZ 1983, 129 – Dip'n strip), entschieden. Die angemeldete Wortmarke beschreibe kurz und prägnant den Verwendungszweck der fraglichen Waren, die typischerweise beim Campen und Trampen mitgenommen würden oder wegen ihrer Robustheit, ihres geringen Gewichts oder anderer besonderer Gebrauchseigenschaften gerade für diese Einsatzzwecke geeignet seien. Da die angemeldete Marke ein reiner Sachhinweis sei, lasse sie nicht den Gedanken an einen betrieblichen Herkunftshinweis aufkommen.

Hiergegen wendet sich die Anmelderin mit der Beschwerde. Sie ist der Ansicht, der angemeldeten Marke fehle nicht jegliche Unterscheidungskraft, weil es zum Erfassen des von der Markenstelle der Zurückweisung zugrunde gelegten Begriffsgehalts von „Camp'n Tramp“ einer analysierenden Betrachtungsweise bedürfe, die der Verkehr erfahrungsgemäß nicht an den Tag lege. Der deutsche Verkehr müsse auch nachdenken, um in der englischen Slangform „'n“ das Wort „and“ zu erkennen, zumal diese Kurzform auch für das Wort „in“ stehen könne, wie das HABM in Bezug auf die Bezeichnung „MULTI 2'n1“ festgestellt habe. Der Markenbestandteil „Camp“ habe nicht nur die Bedeutung „campen“, sondern als Substantiv im Englischen wie im Deutschen auch die Bedeutung „befestigtes Lager“ und sei damit mehrdeutig. Die von der Markenstelle der Zurückweisung zugrunde gelegte Übersetzung „campen und trampen“ treffe dagegen nicht zu, weil diese Aussage im Englischen mit „camping and tramping“ bezeichnet werde. Die angesprochenen Verkehrskreise würden in der angemeldeten Marke allenfalls noch die Imperativform „campe und trampe!“ erkennen, die nicht als unmittelbar warenbeschreibende Angabe anzusehen sei. Letztlich ver helfe der angemeldeten Marke auch der Umstand, dass sie in Reimform gehalten sei, zu einer besonderen Einprägsamkeit und damit zu dem erforderlichen phantasievollen Überschuss. Der

angegriffene Beschluss sei insoweit fehlerhaft, als die Markenstelle ihrer Prüfung isoliert die beiden Begriffe „campen“ und „trampen“ zugrunde gelegt habe, was nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes unzulässig sei. In ihrer Gesamtheit weise die angemeldete Marke keinen im Vordergrund stehenden, konkret warenbezogenen Begriffsgehalt auf. Insbesondere bleibe völlig unklar, welche Eigenschaften der fraglichen Waren deren Eignung zum Campen und Trampen begründen sollten.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß die Aufhebung der angefochtenen Beschlüsse der Markenstelle.

II

Die zulässige Beschwerde der Anmelderin erweist sich als unbegründet. Der angemeldeten Marke fehlt, wie die Markenstelle zutreffend festgestellt hat, für die Waren, für die die Zurückweisung der Anmeldung erfolgt ist, jegliche Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Unterscheidungskraft i. S. d. vorstehend genannten Bestimmung weist eine Marke dann auf, wenn sie geeignet ist, die Waren und/oder Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und sie somit von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (EuGH MarkenR 2005, 22, 25 f., Rdn. 33 – Das Prinzip der Bequemlichkeit; BGH BIPMZ 2004, 30 f. - Cityservice). Auch dieses Eintragungshindernis ist im Lichte des Allgemeininteresses auszulegen, das ihm zugrunde liegt, und das darin besteht, den freien Warenverkehr zu gewährleisten (EuGH GRUR 2002, 804, 805 und 809 – Philips). Für kennzeichnungsrechtliche Monopole ist damit nur Raum, soweit diese geeignet sind, dem Verbraucher die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und/oder Dienstleistungen zu garantieren und damit die Herkunftsfunktion der Marke zu erfüllen (EuGH GRUR 2001, 1148, 1149 - BRAVO). Kann demnach einer Wortmarke ein für die fraglichen Waren im Vordergrund stehender beschrei-

bender Begriffsinhalt zugeordnet werden oder handelt es sich sonst um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr – etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung – stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so ergibt sich daraus ein tatsächlicher Anhalt dafür, dass ihr jegliche Unterscheidungskraft fehlt (BGH a. a. O. - Cityservice).

Der angemeldeten Wortmarke „Camp'nTramp“ wird von einem durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittskäufer der hier fraglichen Waren, die sämtlich zum Campen und Trampen geeignet sind, ein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt entnommen werden. Die angemeldete Marke ist für den deutschen Verkehr wegen der Bekanntheit und Gebräuchlichkeit der Kurzform „'n“ des englischen Bindewortes „and“ (BPatG BIPMZ 1983, 129 - Dip'n strip; MarkenR 2006, 38, 39 - Choco'n'More) ohne Weiteres als „camp and tramp“ zu verstehen. In allen für den angesprochenen Verkehr denkbaren Bedeutungen („campen und trampen“, „Campe und trampe!“ oder ggf. auch „Camp(ing) und Tramp(er)“) stellt die angemeldete sloganartige Wortfolge einen anpreisenden Hinweis auf die Eignung und die Bestimmung der so gekennzeichneten Waren dar, und zwar in dem Sinne, dass die Waren für denjenigen geeignet und bestimmt sind, der als Tramp(er) unterwegs ist und auf dem Campingplatz (oder auch „wild“) übernachtet. Ein entsprechender Sachhinweis ist für alle Waren, für die die Zurückweisung erfolgt ist, auch durchaus sinnvoll, weil ein trampender Camper eine Camping-Ausrüstung benötigt, die besonders leicht sein muss und nur wenig Platz beanspruchen darf.

Eine - von der Anmelderin behauptete - schutzbegründende Mehrdeutigkeit liegt hier schon deshalb nicht vor, weil alle denkbaren Bedeutungen der angemeldeten Marke reine Sachaussagen sind, denen der Durchschnittsverbraucher keinen Hinweis auf die betriebliche Herkunft der Waren entnehmen kann. Auch auf die Frage, ob die angemeldete Marke im Englischen sprachlich korrekt gebildet ist, kommt es nicht entscheidend an. Maßgeblich für die Beurteilung der Unterschei-

dungskraft einer Wortmarke ist vielmehr allein, ob für beachtliche Teile der angesprochenen inländischen Verkehrskreise ein die Eignung zur betrieblichen Herkunftskennzeichnung ausschließender Sinngehalt ohne Weiteres erkennbar ist. Insoweit kann ein im Heimatland der jeweiligen Sprache phantasievoll verstandenes Sprachgebilde nach dem Sprachverständnis des deutschen Verkehrs als beschreibende Angabe aufgefasst werden (BGH GRUR 1999, 238, 240 - Tour de culture). Davon ist im vorliegenden Fall angesichts der nahe liegenden Übersetzungen der angemeldeten Marke u. a. mit „campen und trampen“ in Bezug auf die zum Campen und Trampen geeigneten Waren auszugehen. Die Beschwerde der Anmelderin kann daher keinen Erfolg haben.

Die Frage, ob die angemeldete Marke auch deshalb vom Schutz ausgeschlossen ist, weil sie für die fraglichen Waren als beschreibende Angabe dienen kann und deshalb freizuhalten ist (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG), kann angesichts ihrer fehlenden Unterscheidungskraft dahingestellt bleiben.

gez.

Unterschriften