



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 525/15

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2015 009 232.0

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 22. März 2018 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Kortge sowie der Richter Jacobi und Schödel

beschlossen:

1. Der Beschluss der Markenstelle für Klasse 24 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 7. Juli 2015 wird aufgehoben, soweit die Anmeldung bezüglich der Waren der

Klasse 21: Fusselroller mit Klebefunktion zur Fusselentfernung von Kleidung;

Klasse 24: Textiltaschentücher; Tischservietten aus Stoff

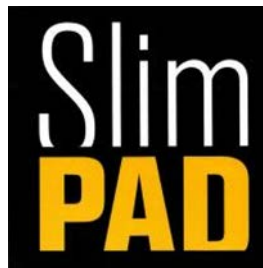
zurückgewiesen worden ist.

2. Im Übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

Gründe

I.

Das Wort-/Bildzeichen (schwarz, weiß und orange)



ist am 14. Januar 2015 unter der Nummer 30 2015 009 232.0 zur Eintragung als Marke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register für Waren der Klassen 11, 21 und 24 angemeldet worden.

Mit Beschluss vom 7. Juli 2015 hat die Markenstelle für Klasse 24 des DPMA die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft gemäß §§ 37 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG teilweise zurückgewiesen, nämlich für die Waren der

Klasse 11: Filter für Abzugshauben; Filter für Lüftungsgeräte; Filter zur Luftreinigung; Filter für gewerbliche Anlagen; Filter für die Reinigung von Gasen [Teile von häuslichen oder gewerblichen Anlagen];

Klasse 21: antistatische Tücher für Haushaltszwecke; Baumwollabfälle für Putzzwecke; Bodenwischtücher [Putztücher]; Filter für den Haushalt; fusselfreie Reinigungstücher; Fusselroller mit Klebefunktion zur Fusselentfernung von Kleidung; Möbelwischtücher; Platten; Putzkissen; Putztücher; Putzwolle; Putzzeug; Reinigungstücher; Scheuerkissen für die Küche; Scheuerpads; Scheuerlappen; Topflappen; Tücher zum Aufnehmen von Fett; Tücher zum Aufnehmen von Speisefett; Wischtücher für optische Linsen; Wischtücher zur Reinigung von Brillen; Wollabfälle für Reinigungszwecke;

Klasse 24: Filtermaterial [Textilstoffe]; Filtermaterialien aus Textilien; Filz; Fleecestoffe aus Polyester; Fries [Wollgewebe]; Gaze [Stoff]; Kohlefaserstoffe [textile Stückwaren]; Kohlefasergewebe, ausgenommen für Isolierungszwecke; Mischstoffe aus anorganischen Fasern; Reinigungstücher [Glasseidengewebe]; Seidenstoffe; Stoffe; Stoffe mit Kunststoffverstärkung; Stoffe aus chemisch hergestellten Fasern, ausgenommen/für Isolierzwecke; Stoffe aus Polyester, ausgenommen für Isolierzwecke; Stoffe aus organischen Fasern, ausgenommen für Isolierungszwecke; Stoffe aus regenerierten Fasergarnen; Stoffe aus synthetischen Fasern [ausgenommen für Isolierzwecke];

Stoffe für die Herstellung von Einrichtungsgegenständen; Textilstoffe; Textiltaschentücher; Textilwaren, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Textilwaren zur Herstellung von Industriefiltern; textile Verbundmaterialien; Tischservietten aus Stoff; Tuch; Tücher als textile Stückwaren; Vliesstoffe aus Naturfasern; Vliesstoffe als Umhüllung für Polstermaterial; Vliesstoffe als Futterstoffe; Vliesstoffe, überwiegend aus Papier; Vliesstoffe in Form von Bahnen zur Verwendung in der Produktion; Vliesstoffe aus synthetischen Fasern; Vliesstoffe [Textilien]; Wäschestoffe; Webstoffe [elastisch]; Webstoffe und Textilwaren zum Aufnehmen von Fett; Webstoffe und Textilwaren zum Aufnehmen von Speisefett; Wollstoffe; zugeschnittene Vliesstoffe zur Verwendung in der Produktion.

Zur Begründung hat sie ausgeführt, das Anmeldezeichen sei eine sprachlich und grammatikalisch korrekte Zusammensetzung aus den einfachen englischen Wörtern „Slim“ für „schlank, dünn, schmal“ und „PAD“ für „Unterlage, Polster, Kissen, Matte, Block, Tupper“. Das Wort „PAD“ sei mittlerweile auch im deutschen Sprachgebrauch gängig. Dabei beschränke sich seine deutsche Bedeutung nicht allein auf den Computerbereich. Auch in einer Drogerieabteilung fänden sich vielerlei „Pads“, von Abschminkpads bis hin zu Wischpads. Mit der Bedeutung „dünnes Kissen, schmale Matte oder dünnes Pad“ sei das nicht ungewöhnlich gebildete Anmeldezeichen hinsichtlich der zurückgewiesenen Waren eine werbeanpreisende Bestimmungs-, Qualitäts- oder Materialangabe. Die Bezeichnung „slim pad“ werde nicht nur im EDV- und Elektronikbereich, sondern auch für Waren mit dünnen Einlagen, Kissen oder Stoffen beschreibend verwendet, wie eine Internetrecherche ergeben habe. Auch die Bildelemente könnten keine Unterscheidungskraft begründen. In Größe und Farbe unterschiedlich gestaltete Einzelbuchstaben und Wörter seien werbeüblich und würden vom Verkehr nur als ansprechende Gestaltung des Schriftbildes, aber nicht als eigenständiger betrieblicher Herkunftshinweis aufgefasst. Sowohl die überdeckte Darstellung des Buchstabens

„S“, der als Teil des Wortes „Slim“ erkannt werde, als auch die farbigen Großbuchstaben von „PAD“ würden als bloßes Hervorhebungsmittel verstanden werden. Wegen der Bedenken gegen die Schutzfähigkeit werde die notwendige Klärung des Warenverzeichnisses zurückgestellt.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie ist der Ansicht, die Einordnung der Wortelemente ausschließlich in die englische Sprache sei nicht zwingend und unter Berücksichtigung der Gleichwertigkeit der EU-Amtssprachen ein Verstoß gegen das Diskriminierungsverbot. Im Irischen habe „slim“ die Bedeutung „glatt“; im Dänischen und Norwegischen bedeute „slim“ „Schleim“. Es sei auf den durchschnittlichen Verbraucher und damit auf dessen „Alltagsenglisch“ abzustellen. Dieser verstehe den Begriff „PAD“ als Hinweis auf ein „Mauspad“ im Sinne einer Unterlage für Computermäuse, als „Touchpad“ oder Tastfeld im Sinne einer berührungsempfindlichen Fläche etwa bei Laptops, als „Gamepad“ oder „Joypad“ für die Steuerung von Computerspielen sowie als Bezeichnung von „Tablet-Computern“. Ein aktuelles Begriffsverständnis im Sinne von „Kissen“, „Polster“ oder „Unterlage“ existiere hingegen nicht. Mit dem Gesamtbegriff „Slim PAD“ verbinde der Verbraucher daher einen Taschencomputer, der sich durch seine geringe Dicke auszeichne. In Bezug auf die zurückgewiesenen Waren sei die Wortkombination eine ungewöhnliche, lexikalisch nicht nachweisbare Wortneuschöpfung, die beim angesprochenen Verkehr eine Vielzahl von Interpretationen auslösen könne. Ferner enthalte sie ein Wortspiel: Denn der Verbraucher könne bei „Slim“ an ein Diätprodukt und bei „PAD“ an einen „Tablet-PC“ denken, was jedoch beides nicht zu den versagten Waren passe. Diese könnten auch nicht mit „dünnes Kissen“, „dünnes Polster“ oder „dünne Unterlage“ beschrieben werden. Zudem sei das Anmeldezeichen auffällig bildlich gestaltet. Das Wortelement „Slim“ sei aus weißen Groß- und Kleinbuchstaben verfasst, während der Wortbestandteil „PAD“ nur aus orangefarbenen Majuskeln bestehe. Der schwarze Hintergrund kontrastiere mit der weißen und orangen Farbe dieser Wortbestandteile. Der Buchstabe „S“ und der Buchstabe „D“ seien unten abgeschnitten, was beim Element „PAD“ zu einer Asymmetrie führe.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 24 des DPMA vom
7. Juli 2015 aufzuheben.


Mit Schreiben vom 21. Dezember 2017 hat der Senat unter Beifügung von Recherchebelegen (Anlagen 1 bis 5, Bl. 33 - 58 GA) auf seine vorläufige Rechtsauffassung hingewiesen. Die Anmelderin hat von einer Stellungnahme abgesehen.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die gemäß §§ 64 Abs. 6, 66 Abs. 1 MarkenG statthafte Beschwerde ist zulässig, aber nur teilweise begründet.



Der Eintragung des Anmeldezeichens  als Marke steht hinsichtlich der zurückgewiesenen Waren überwiegend das absolute Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen. Nur in Bezug auf die versagten Waren der Klasse 21 „Fusselroller mit Klebefunktion zur Fusselentfernung von Kleidung“ und der Klasse 24 „Textiltaschentücher; Tischservietten aus Stoff“ konnten keine Schutzhindernisse festgestellt werden.

1. a) Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, das die in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese Waren oder Dienstleistungen somit von denjenigen anderer Unternehmen unter-

scheidet (EuGH GRUR 2015, 1198 Rdnr. 59 f. – Nestlé/Cadbury [Kit Kat]; BGH GRUR 2016, 934 Rdnr. 9 – OUI; GRUR 2015, 173, 174 Rdnr. 15 – for you). Denn die Hauptfunktion der Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (EuGH GRUR 2010, 228 Rdnr. 33 – Audi AG/HABM [Vorsprung durch Technik]; BGH a. a. O. – OUI; a. a. O. – for you). Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ein Eintragungshindernis begründet, ist ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft genügt, um das Schutzhindernis zu überwinden (BGH GRUR 2017, 1262 Rdnr. 17 – Schokoladenstäbchen III). Ebenso ist zu berücksichtigen, dass der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in seiner Gesamtheit mit allen seinen Bestandteilen so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt, ohne es einer analysierenden Betrachtungsweise zu unterziehen (EuGH GRUR 2004, 428 Rdnr. 53 – Henkel; BGH a. a. O. Rdnr. 10 – OUI; a. a. O. Rdnr. 16 – for you).


Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft zum relevanten Anmeldezeitpunkt (BGH a. a. O. – Aus Akten werden Fakten) sind einerseits die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen und andererseits die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise, wobei auf die Wahrnehmung des Handels und/oder des normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen ist (EuGH GRUR 2006, 411 Rdnr. 24 – Matratzen Concord/Hukla; BGH GRUR 2014, 376 Rdnr. 11 – grill meister).

Ausgehend hiervon besitzen Wortzeichen dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die angesprochenen Verkehrskreise lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (EuGH GRUR 2004, 674, Rdnr. 86 – Postkantoor; BGH GRUR 2012, 270 Rdnr. 11 – Link economy) oder wenn diese aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache bestehen, die vom Verkehr – etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung – stets nur als solche und nicht als

Unterscheidungsmittel verstanden werden (BGH a. a. O. Rdnr. 12 – OUI; GRUR 2014, 872 Rdnr. 21 – Gute Laune Drops). Darüber hinaus besitzen keine Unterscheidungskraft vor allem auch Zeichen, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Waren und Dienstleistungen zwar nicht unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu diesen hergestellt wird und die sich damit in einer beschreibenden Angabe erschöpfen (BGH GRUR 2014, 1204 Rdnr. 12 – DüsseldorfCongress). Hierfür reicht es aus, dass ein Wortzeichen, selbst wenn es bislang für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht beschreibend verwendet wurde oder es sich gar um eine sprachliche Neuschöpfung handelt, in einer seiner möglichen Bedeutungen ein Merkmal dieser Waren und Dienstleistungen bezeichnen kann (EuGH GRUR 2004, 146 Rdnr. 32 – DOUBLEMINT); dies gilt auch für ein zusammengesetztes Zeichen, das aus mehreren Begriffen besteht, die nach diesen Vorgaben für sich genommen schutzfähig sind. Der Charakter einer Sachangabe entfällt bei der Zusammenfügung beschreibender Begriffe jedoch dann, wenn die beschreibenden Angaben durch die Kombination eine ungewöhnliche Änderung erfahren, die hinreichend weit von der Sachangabe wegführt (EuGH MarkenR 2007, 204 Rdnr. 77 f. – CELLTECH; BGH a. a. O. Rdnr. 16 – DüsseldorfCongress).

b) Diesen Anforderungen an die Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2



Nr. 1 MarkenG genügt das angemeldete Wort-/Bildzeichen  für den überwiegenden Teil der zurückgewiesenen Waren nicht. Die angesprochenen inländischen Verkehrskreise werden ihm in Bezug auf die Produkte der Klassen 11, 21 und 24 mit Ausnahme der tenorierten Waren ohne besonderen gedanklichen Aufwand einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen, so dass sich das Anmeldezeichen nicht als Hinweis auf die Herkunft aus einem bestimmten Unternehmen eignet.

aa) Von den zurückgewiesenen Waren werden sowohl der normal informierte, angemessen aufmerksame und verständige Durchschnittsverbraucher als auch gewerbliche Kunden sowie der Haushalts-, Filter- und Textilfachhandel angesprochen.

bb) Der Wortbestandteil des Anmeldezeichens setzt sich aus den Wörtern „Slim“ und „Pad“ zusammen.

aaa) Das englische Adjektiv „slim“ wird mit „schlank“ oder „dünn“ übersetzt (Langenscheidts Schulwörterbuch Englisch, 1986) und ist mit der Bedeutung „schlank, schmal“ auch in die deutsche Sprache eingegangen (www.duden.de, Anlage 1a zum gerichtlichen Hinweis). Dem Durchschnittsverbraucher ist es aufgrund vielfältiger Schlankheitsprodukte und Bücher hierüber bekannt, wie die Bücherauswahl auf www.amazon.de nach Eingabe der Suchworte „Slim Diät“ in der Kategorie Bücher gezeigt hat (Anlage 1b zum gerichtlichen Hinweis).

Weder dem Durchschnittsverbraucher noch den angesprochenen Fachverkehrskreisen ist die Bedeutung „glatt“ für „slim“ im Irischen oder „Schleim“ im Dänischen und Norwegischen bekannt. Entgegen der Ansicht der Anmelderin ist hier ausschließlich das inländische Verkehrsverständnis entscheidend.

bbb) Das englische Wort „pad“ wird als Substantiv mit „Polster, (Schreib-)Block, Kissen“ und als Verb mit „(aus)polstern“ übersetzt (Langenscheidts Schulwörterbuch Englisch, 1986; PONS – Großwörterbuch Englisch, 2002, S. 629). Mit den folgenden Bedeutungen hat es Eingang in die deutsche Sprache gefunden: In der EDV bezeichnet es ein „Mauspad“, in der Kosmetik ein rundes Lämpchen oder einen kleinen Bausch aus Watte zum Reinigen des Gesichts oder zum Auftragen von Puder. Ferner ist es das - auch dem Durchschnittsverbraucher sehr geläufige - Kurzwort für ein „Kaffeepad“, das in eine entsprechende Kaffeemaschine eingelegt wird (www.duden.de, Anlage 1c zum gerichtlichen Hinweis).

cc) Der sprachüblich aus voranstehendem Adjektiv und nachfolgendem Substantiv zusammengesetzten englischen Wortkombination „Slim Pad“ kommt daher die Gesamtbedeutung „dünnes Polster“, „schlankes Kissen“, „dünnes Läppchen“, „kleiner, dünner Bausch“, „dünnes Kaffeepad“ oder „schmaler (Schreib-)Block“ zu.

dd) Zumindest die angesprochenen Fachverkehrskreise werden die Wortelemente „Slim Pad“ als Angabe der Gestaltungsform oder des Bestimmungszwecks der zurückgewiesenen Waren mit Ausnahme der tenorierten Produkte wahrnehmen, und deren Verständnis kann allein von ausschlaggebender Bedeutung sein (EuGH GRUR 2004, 682 Rdnr. 26 – Bostongurka; BPatG 26 W (pat) 507/17 – SMART SUSTAINABILITY; 24 W (pat) 18/13 – CID; 26 W (pat) 550/10 – Responsible Furniture; MarkenR 2007, 527, 529 f. – Rapido).

aaa) Bei den beanspruchten Filtern „Filter für Abzugshauben; Filter für Lüftungsgeräte; Filter zur Luftreinigung; Filter für gewerbliche Anlagen; Filter für die Reinigung von Gasen [Teile von häuslichen oder gewerblichen Anlagen]“ in Klasse 11 und der Ware „*Filter für den Haushalt*“ in Klasse 21 kann „Slim Pad“ angeben, dass das durchlässige Material, das zum Filtern von flüssigen oder gasförmigen Stoffen verwendet wird, aus dünnen Läppchen oder dünnem polsterartigem Material besteht. Bei den Filtermaterialien in Klasse 24 „*Filtermaterial [Textilstoffe]; Filtermaterialien aus Textilien; Textilwaren zur Herstellung von Industriefiltern*“ beschreibt es unmittelbar die Beschaffenheit und Gestalt dieser Produkte.

bbb) In Bezug auf die angemeldeten Waren der Klasse 21

„antistatische Tücher für Haushaltszwecke; Bodenwischtücher [Putztücher]; fusselfreie Reinigungstücher; Möbelwischtücher; Putzkissen; Platten; Putztücher; Putzwolle; Putzzeug; Reinigungstücher; Scheuerkissen für die Küche; Scheuerpads; Scheuerlappen; Topflappen; Tücher zum Aufnehmen von Fett; Tücher zum

Aufnehmen von Speisefett; Wischtücher für optische Linsen; Wischtücher zur Reinigung von Brillen“

und der Klasse 24 *„Reinigungstücher [Glasseidengewebe]“; „Textilwaren, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Tücher als textile Stückwaren“* vermitteln die Wortelemente „Slim Pad“ einen beschreibenden Hinweis darauf, dass diese Produkte als „dünne Polster“ oder „dünne Läppchen“ ausgestaltet sind.

ccc) Die zurückgewiesenen Waren der Klasse 21 *„Baumwollabfälle für Putzzwecke; Wollabfälle für Reinigungszwecke“* und die Waren der Klasse 24

„Filz; Fleecestoffe aus Polyester, Fries [Wollgewebe]; Gaze [Stoff]; Kohlefaserstoffe [textile Stückwaren]; Kohlefasergewebe, ausgenommen für Isolierzwecke; Mischstoffe aus anorganischen Fasern; Seidenstoffe; Stoffe; Stoffe mit Kunststoffverstärkung; Stoffe aus chemisch hergestellten Fasern, ausgenommen für Isolierzwecke; Stoffe aus Polyester, ausgenommen für Isolierzwecke; Stoffe aus organischen Fasern, ausgenommen für Isolierzwecke; Stoffe aus regenerierten Fasergarnen; Stoffe aus synthetischen Fasern [ausgenommen für Isolierzwecke]; Stoffe für die Herstellung von Einrichtungsgegenständen; Textilstoffe; textile Verbundmaterialien; Tuch; Vliesstoffe aus Naturfasern; Vliesstoffe als Umhüllung für Polstermaterial; Vliesstoffe als Futterstoffe; Vliesstoffe, überwiegend aus Papier; Vliesstoffe in Form von Bahnen zur Verwendung in der Produktion; Vliesstoffe aus synthetischen Fasern; Vliesstoffe [Textilien]; Wäschestoffe; Webstoffe [elastisch]; Webstoffe und Textilwaren zum Aufnehmen von Fett; Webstoffe und Textilwaren zum Aufnehmen von Speisefett; Wollstoffe; zugeschnittene Vliesstoffe zur Verwendung in der Produktion


können für die Herstellung „dünner Lappen“ oder „dünner Polster“ genutzt werden.

Als Angabe der Beschaffenheit, des Bestimmungszwecks oder der Gestaltungsform sind die Wortelemente „Slim Pad“ daher nicht unterscheidungskräftig.

ee) Der Annahme einer beschreibenden Angabe steht auch nicht entgegen, dass das aus zwei Wörtern bestehende Element „Slim PAD“ lexikalisch nicht nachgewiesen ist. Im Allgemeinen – ohne Vornahme einer ungewöhnlichen Änderung insbesondere syntaktischer oder semantischer Art – bleibt die bloße Kombination von Bestandteilen, von denen jeder Merkmale der Waren der Dienstleistungen beschreibt, für die die Eintragung beantragt wird, für diese Merkmale beschreibend, auch wenn sie eine sprachliche Neuschöpfung darstellt. Der Verkehr ist daran gewöhnt, im Geschäftsleben ständig mit neuen Begriffen konfrontiert zu werden, durch die ihm sachbezogene Informationen lediglich in einprägsamer Form übermittelt werden sollen. Er wird daher auch bisher noch nicht verwendete, ihm aber gleichwohl verständliche Sachaussagen als solche und damit nicht als betriebliche Herkunftshinweise auffassen (BGH GRUR 2012, 272, Rdnr. 13 – Rheinpark-Center Neuss).

Die Verbindung der Wörter „Slim“ und „PAD“ enthält keine Besonderheiten in syntaktischer oder semantischer Hinsicht, die die gewählte Kombination als ungewöhnlich erscheinen lassen und zur Unterscheidungskraft führen könnten (EuGH GRUR 2004, 674 Rdnr. 98 - 100 – Postkantoor; BGH GRUR 2009, 949 Rdnr. 13 – My World). Der durch die Verknüpfung bewirkte Gesamteindruck geht über die Zusammenfügung beschreibender Elemente nicht hinaus, sondern erschöpft sich in deren bloßer Summenwirkung.



ff) Die Bildelemente des angemeldeten Zeichens  reichen ebenfalls nicht aus, um ihm die notwendige Unterscheidungskraft zu verleihen.

Denn an die grafische Ausgestaltung sind umso größere Anforderungen zu stellen, je deutlicher der nicht unterscheidungskräftige Charakter der fraglichen Angabe selbst hervortritt (BGH GRUR 2001, 1153 – antiKALK; GRUR 2009, 954 Rdnr. 17 – Kinder III; GRUR 2010, 640 Rdnr. 17 – hey!; GRUR 2014, 569

Rdnr. 20 – HOT). Dafür müssten die Bildbestandteile charakteristische Gestaltungsmerkmale aufweisen, in denen der Verkehr einen Hinweis auf die betriebliche Herkunft sieht. Daran fehlt es, wenn sich das Bildelement in rein dekorativen Hervorhebungsmitteln erschöpft oder ausschließlich die – sachbezogenen – Aussagen der anderen Zeichenteile illustriert (BGH GRUR 2008, 710 Rdnr. 20 – VISAGE; a. a. O. – antiKALK; a. a. O. Rdnr. 18 – grill meister).

aaa) Das schwarze Quadrat, in dem die beiden Wortbestandteile mittig platziert sind, wird nur als gewöhnliche Hintergrundgestaltung für die weißen und orangenen Buchstaben wahrgenommen (BPatG 26 W (pat) 49/14 – matrattendirect).

bbb) Die Verwendung von drei Farben vermag ebenfalls nicht zu einem unterscheidungskräftigen Gesamteindruck beizutragen. Neben den sehr gebräuchlichen Farben schwarz und weiß ist allenfalls der in orange gehaltene Zeichenteil auffällig. Orange ist jedoch eine Modefarbe, die häufig in der Werbung eingesetzt wird (vgl. BPatG 29 W (pat) 2/12 – Bueroservice24; 32 W (pat) 15/05 – MORE EVENTS; 26 W (pat) 49/14 – matrattendirect).

ccc) Auch der Wechsel von normaler Schreibweise bei „Slim“ zu Großbuchstaben im Fettdruck bei „PAD“ ist werbeüblich.

ddd) Sowohl das unten abgeschnittene „S“ als auch das entsprechend gekappte „D“ und die mit letzterem verbundene Asymmetrie sind nur bei einer sehr intensiven Betrachtung des Wort-/Bildzeichens überhaupt wahrnehmbar, die der Verkehr nicht vornimmt.

eee) Die angesprochenen Verkehrskreise werden das angemeldete Wort-



/Bildzeichen daher als eine Gesamtheit wahrnehmen, in der der sachbezogene Charakter der Wortbestandteile so im Vordergrund steht, dass der

bildlichen Gestaltung daneben keine Besonderheit, die über das in der Werbung Übliche hinausgeht, beigemessen wird. Eine komplexe und hinreichend eigentümliche Gestaltung weist es auch in seiner Gesamtheit nicht auf.

2. Da schon das Schutzhindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG vorliegt, kann dahinstehen, ob das angemeldete Zeichen darüber hinaus gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG für die fraglichen Waren Freihaltungsbedürftig ist.

3. Das angemeldete Wort-/Bildzeichen weist für die im Tenor aufgeführten Waren der

Klasse 21: Fusselroller mit Klebefunktion zur Fusselentfernung von Kleidung;

Klasse 24: Textiltaschentücher; Tischservietten aus Stoff

weder einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsgehalt auf, noch handelt es sich um eine Angabe, durch die ein enger beschreibender Bezug zu ihnen hergestellt werden kann.

a) Die zurückgewiesene Ware der Klasse 21 „*Fusselroller mit Klebefunktion zur Fusselentfernung von Kleidung*“ ist schon von Form und Mechanismus her nicht vergleichbar mit einem „dünnen (Fusselentfernungs-)Pad“. Die Fusselrolle, auch Fusselroller oder Kleiderrolle, ist ein Handgerät zum Entfernen von Fusseln, Haaren und anderem Schmutz auf Textilien (<https://de.wikipedia.org/wiki/Fusselrolle>). Vorliegend dient dieses Gerät dem Entfusseln von Kleidung mit Hilfe einer Klebefunktion.

b) Bei den versagten Waren der Klasse 24 „*Tischservietten aus Stoff*“ handelt es sich meist um quadratische Stofftücher, die beim Essen zum Abwischen des Mundes und zum Schutz der Kleidung benutzt werden. „*Textiltaschentücher*“ der

Klasse 24 sind kleine viereckige Stofftücher, die zum Naseputzen in der Tasche mitgeführt werden. Keines dieser Produkte wird im Inland als „dünnes Pad“ bezeichnet.

c) Für die tenorierten Waren kann dem beanspruchten Wort-/Bildzeichen daher nicht jegliche Unterscheidungskraft abgesprochen werden.

d) Wegen der fehlenden Eignung zur unmittelbaren Beschreibung der vorstehenden zurückgewiesenen Waren kann bei dem angemeldeten Wort-/Bildzeichen auch ein Freihaltebedürfnis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht bejaht werden.

4. Vor einer Eintragung des Anmeldezeichens wird die Markenstelle noch Unklarheiten des Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses zu klären haben, die sie im angefochtenen Beschluss vorläufig zurückgestellt hat.

IV.

Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Beschluss ist das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde nur gegeben, wenn gerügt wird, dass

1. das beschließende Gericht nicht vorschriftsmäßig besetzt war,
2. bei dem Beschluss ein Richter mitgewirkt hat, der von der Ausübung des Richteramtes kraft Gesetzes ausgeschlossen oder wegen Besorgnis der Befangenheit mit Erfolg abgelehnt war,

3. einem Beteiligten das rechtliche Gehör versagt war,
4. ein Beteiligter im Verfahren nicht nach Vorschrift des Gesetzes vertreten war, sofern er nicht der Führung des Verfahrens ausdrücklich oder stillschweigend zugestimmt hat,
5. der Beschluss aufgrund einer mündlichen Verhandlung ergangen ist, bei der die Vorschriften über die Öffentlichkeit des Verfahrens verletzt worden sind, oder
6. der Beschluss nicht mit Gründen versehen ist.

Die Rechtsbeschwerdeschrift muss von einer beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwältin oder von einem beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt unterzeichnet und innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstraße 45a, 76133 Karlsruhe eingereicht werden. Die Frist kann nicht verlängert werden.

Kortge

Jacobi

Schödel

prä