



# BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 98/04

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die Markenmeldung 301 47 559.8**

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts durch ...  
in der Sitzung vom 2. August 2006

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I**

Die Wortmarke

### **Küchenpavillon**

ist ursprünglich angemeldet worden für

„Elektrische Küchengeräte, zum Hacken, Mahlen, Pressen, Schneiden; Waschautomaten, Geschirrspülmaschinen; fotografische, Film-, optische, Wäge-, Mess-, Signal- und Unterrichtsapparate und -instrumente, elektrische Apparate und Instrumente (so weit in Klasse 9 enthalten); Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton, Bild oder Daten, Magnetaufzeichnungsträger, Datenverarbeitungsgeräte, Computer, Computerzubehör, nämlich Monitore, Schnittstellengeräte, Modems, Tastaturen, Mäuse, Touch-pads, Scanner, Drucker, Plotter; Software; Koch-, Kühl-, Trocken-, Lüftungs- und Wasserleitungsgeräte, Hähne und Regelarmaturen für Wasserleitungs- und Gasgeräte sowie für Wasser- und Gasleitungen, Kochmulden, Küchenherde, Abzugshauben, Kühl- und Gefrierschränke; Möbel, insbesondere Küchenmöbel, Möbelteile; Geräte und Behälter für Haushalt und Küche (nicht aus Edelmetall oder plattiert); Online-Dienstleistungen eines E-Commerce-Abwicklers, nämlich Waren- und Dienstleistungspräsentation, Bestellannahme und Lieferauftragservice sowie Rechnungsabwicklung; Bau- und Reparaturwesen: Klempnerarbeiten und Gas- und Wasserinstallationen, Elektroinstallationen, Renovierungsarbeiten, Küchenrenovierungen; Dienstleistungen eines Küchenfachgeschäfts, nämlich Planung, Einbau und

Wartung von Einbauküchen und Großküchen, Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung und das Internet, Softwareentwicklung und -pflege, Datenabfrage aus und Steuerung und/oder Fernwartung von EDV-Anlagen und vernetzten oder an das Internet angeschlossenen Elektrogeräten, Betrieb einer Datenbank, nämlich Sammeln, Speichern, Aktualisierung und Weiterleiten (Übermittlung) von Daten aller Art für Dritte“.

Die Markenstelle für Klasse 20 des Deutschen Patent- und Markenamts hat durch einen Prüfer des gehobenen Dienstes zunächst die Eintragung in vollem Umfang versagt. Die Erinnerungsprüferin hat die Marke teilweise für eintragungsfähig erachtet und zwar für die Waren „Fotografische, Film-, optische Signal- und Unterrichtsapparate und -instrumente, Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton, Bild oder Daten, Magnetaufzeichnungsträger, Datenverarbeitungsgeräte, Computer, Computerzubehör, nämlich Monitore, Schnittstellengeräte, Modems, Tastaturen, Mäuse, Touch-pads, Scanner, Drucker, Plotter, Software“. Für die übrigen Waren/Dienstleistungen hat die Erinnerungsprüferin die Eintragung ebenfalls versagt.

Zur Begründung hat sie ausgeführt, dass die Marke für die verbliebenen Waren einem Freihaltebedürfnis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG unterliege. Bei der angemeldeten Marke handle es sich um eine sprachübliche Wortzusammensetzung, die lediglich auf ein Geschäft hinweise, das ein breites Angebot von Waren/Dienstleistungen rund um das Thema Küche für den Verbraucher bereithalte. Sowohl die beanspruchten Waren als auch die Dienstleistungen könnten unmittelbar in Bezug zu Küchen oder Küchenzubehör stehen. Aufgrund des im Vordergrund stehenden beschreibenden Sinngehalts fehle der angemeldeten Marke auch die erforderliche Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Hiergegen wendet sich der Anmelder mit der Beschwerde. Er vertritt die Auffassung, die maßgeblichen Verkehrskreise verbänden mit dem Begriff „Küchenpavillon“ einen festgelegten und klar abgegrenzten Bedeutungsgehalt und erwarteten bei Nennung des Begriffs ein vorzugsweise in einer parkähnlichen Landschaft isoliert stehendes Gebäude oder Gebilde mit einer Kochgelegenheit. Der Verkehr werde daher nicht an ein Gebäude im Sinne einer Verkaufsstelle denken, in dem ein breites Waren- und Dienstleistungsangebot zur Verfügung stehe. Der von der Markenstelle übersandte Verwendungsnachweis für den Begriff „Küchenpavillon Leonberg“ könne ein Freihaltebedürfnis nicht belegen, da diese Verwendung dem Anmelder zuzurechnen sei. Darüber hinaus komme der angemeldeten Marke auch eine hinreichende Unterscheidungskraft zu.

Der Anmelder beantragt daher sinngemäß,

den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts insoweit aufzuheben, als darin die Markenmeldung teilweise zurückgewiesen worden ist.

Den zunächst gestellten Hilfsantrag auf Anberaumung einer mündlichen Verhandlung hat der Anmelder nach Zustellung der Ladungsverfügung zurückgenommen. Der Termin zur mündlichen Verhandlung ist deshalb aufgehoben worden.

## II

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet, denn es mangelt der angemeldeten Marke in Bezug auf die zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen an der erforderlichen Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Eine Marke weist Unterscheidungskraft i. S. d. vorstehend genannten Bestimmung auf, wenn sie geeignet ist, die Waren/Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und sie somit von denjenigen Waren/Dienstleistungen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. EuGH MarkenR 2005, 22, 25 - Das Prinzip der Bequemlichkeit; BGH GRUR 2001, 1151, 1152 - marktfrisch; BIPMZ 2004, 30 - Cityservice). Die Unterscheidungskraft ist zum einen im Hinblick auf die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen und zum anderen im Hinblick auf die beteiligten Verkehrskreise zu beurteilen (vgl. EuGH GRUR Int 2003, 632, 635 - Linde u. a.; GRUR Int 2004, 500, 504 - Postkantoor; GRUR Int 2004, 631, 633 - Dreidimensionale Tablettenform). Kann einer Wortmarke ein für die fraglichen Waren im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsgehalt zugeordnet werden oder handelt es sich 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 (vgl. BGH GRUR 2003, 1050 - Cityservice).

Letzteres ist vorliegend der Fall. Auch wenn Bezeichnungen allgemeiner Verkaufsstätten in der Regel nicht gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG zur unmittelbaren Beschreibung von dort vertriebenen Waren dienen (vgl. BGH GRUR 1999, 988, 989 - „HOUSE OF BLUES“), stellen sie gleichwohl für diese Waren keine unterscheidungskräftigen Angaben im Sinne konkreter betrieblicher Herkunftshinweise dar (vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 8. Aufl., § 8 Rdnr. 68 m. w. N.), da sie vom Verkehr nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden. Die angesprochenen Verkehrskreise, bei denen es sich wegen der Art der beanspruchten Waren und Dienstleistungen um alle Verbraucher handelt, werden die Kennzeichnung „Küchenpavillon“ nicht als Hinweis auf die betriebliche Herkunft dieser Produkte und Tätigkeiten aus einem bestimmten Unternehmen, sondern nur als Bezeichnung des Ortes, an dem sie erworben bzw. in Anspruch genommen werden können, ansehen (vgl. BPatG PAVIS PROMA 27 W (pat) 335/03 - Gardinenland). Es

ist allgemein üblich, Vertriebsstätten mit einem breit gefächerten Angebot an Waren und Dienstleistungen mit Bezeichnungen wie etwa Markt (vgl. BPatG PAVIS PROMA 27 W (pat) 64/01 - KLEIDERMARKT), Center (vgl. BPatG PAVIS PROMA 33 W (pat) 218/00 - Car-Wash-Center), Galerie (vgl. BPatG PAVIS PROMA 27 W (pat) 41/95 - GALERIA NOVA) oder mit dem nachgestellt Zusatz „-land“ (vgl. BPatG PAVIS PROMA a. a. O., Gardinenland) zu benennen.

In diese Bezeichnungsgewohnheiten reiht sich die angemeldete Marke nahtlos ein, zumal auch auf dem Küchensektor Fachgeschäftsbezeichnungen wie „Studio“, oder „-land“ sehr gebräuchlich sind. Die Behauptung des Anmelders, die einzige bisher existierende Verwendung des Begriffs „Küchenpavillon“ gehe auf seinen eigenen Geschäftsbetrieb zurück, trifft nicht zu. Wie eine Internetrecherche des Senats ergeben hat, finden sich zumindest zwei weitere - offensichtlich nicht dem Anmelder zuzurechnende - Nachweise für die aktuelle Verwendung der angemeldeten Bezeichnung durch andere Anbieter auf dem betreffenden Waren- bzw. Dienstleistungssektor (vgl. unter [www.einrichten.de/...](http://www.einrichten.de/...): Küchenpavillon Eberhard Vöhringer in 72770 Reutlingen sowie unter [www.kuechenwelt-online.de/kuechenstudio\\_liste.php](http://www.kuechenwelt-online.de/kuechenstudio_liste.php): Silkes Küchenpavillon in 06317 Röblingen am See). Darüber hinaus ist - unabhängig von der bereits tatsächlichen Verwendung des Begriffs „Küchenpavillon“ - davon auszugehen, dass die angemeldete Marke auch nach dem allgemeinen Verkehrsverständnis nur einen gattungsmäßigen, aber keinen individualisierenden betrieblichen Herkunftshinweis darstellt. Soweit der Anmelder die Auffassung vertritt, der Begriff „Küchenpavillon“ werde von den maßgeblichen Verkehrskreisen nur in einem abgegrenzten Bedeutungsgehalt als Gebäude in einer parkähnlichen Landschaft mit Kochgelegenheit aufgefasst, würde dies auf eine analysierende Betrachtungsweise hinauslaufen, für die allerdings gerade dann kein Raum ist, wenn sich - wie vorliegend - der beschreibende Begriffsgehalt im Sinne einer Gattungsbezeichnung der Betriebsstätte in Bezug auf die angemeldeten Waren und Dienstleistungen unmittelbar erschließt (vgl. BPatG, a. a. O. - Gardinenland). Der Verkehr neigt im Allgemeinen nicht zu einer analysierenden Betrachtung, sondern nimmt eine Bezeichnung so auf, wie sie sich

darstellt (vgl. BGH GRUR 1995, 408, 409 - PROTECH) und wird daher der angemeldeten Marke ohne weiteres Nachdenken lediglich einen Hinweis auf einen Betrieb bzw. ein Geschäft entnehmen, in dem Küchenmöbel, Küchengegenstände und Küchenzubehör sowie zudem Dienstleistungen angeboten werden, die in engem Zusammenhang mit Küchen stehen, seien es Werbung, Baudienstleistungen oder EDV-Informationen.

Die Frage, ob der Eintragung der angemeldeten Marke auch das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegensteht, kann im Ergebnis offen bleiben.

gez.

Unterschriften