



# BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 545/11

---

(Aktenzeichen)

An Verkündungs Statt  
zugestellt am  
21. August 2012

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die Markenmeldung 30 2011 016 243.3**

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 10. Juli 2012 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, den Richter Kruppa und die Richterin Werner

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Die am 17. März 2011 für die Waren und Dienstleistungen

„16: Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Druckereierzeugnisse; Schreibwaren; Künstlerbedarfsartikel; Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate);

20: Möbel, Spiegel, Bilderrahmen; Waren, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind, aus Holz, Kork und deren Ersatzstoffe oder aus Kunststoffen;

25: Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen;

28: Spiele, Spielzeuge; Turn- und Sportartikel, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind;

39: Transportwesen; Veranstaltungen von Reisen;

41: Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten“

angemeldete Wortmarke

**MIT KÖPFCHEN**

ist von der mit einem Beamten des gehobnen Dienstes besetzten Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamts mit Beschluss vom

6. Juni 2011 wegen fehlender Unterscheidungskraft und eines Freihaltungsbedürfnisses zurückgewiesen worden. Zur Begründung ist ausgeführt, „MIT KÖPFCHEN“ sei eine Wortzusammensetzung der umgangssprachlichen Redensart, welche im Allgemeinen als Synonym für „intelligent, gewitzt, klug, pfiffig, genial“ verwendet werde. Es handele sich hierbei lediglich um eine Qualitäts-, Beschaffenheits- bzw. Herstellungsangabe.

Das angesprochene Publikum, bei dem es sich wegen der Art der Waren als Massenkonsumartikel und Dienstleistungen allgemeiner Art um die Gesamtbevölkerung handle, werde die jedermann bekannte Redensart „MIT KÖPFCHEN“ mit den vorgenannten Bedeutungen gleichsetzen. In Bezug auf die angemeldeten Waren wie Papier, Druckereierzeugnisse, Möbel, Bekleidungsstücke, Spiele, etc. werde das Publikum nur den Hinweis erkennen, dass diese intelligent, pfiffig und geradezu genial hergestellt und von sehr guter Qualität und Beschaffenheit seien. Es handle sich somit lediglich um eine beschreibende Qualitäts- und Beschaffenheitsangabe. Auch wenn hier grammatikalisch kein vollständiger Satz wiedergegeben sei, werde das angesprochene Publikum die schlagwortartige Anpreisung ohne Weiteres erkennen.

Dem Beschluss beigefügt ist eine Google-Suchliste, wonach es mehr als 3 Millionen Treffer zu dem Gebrauch der angemeldeten Bezeichnung gebe.

Es bestünden auch hinreichende Anhaltspunkte dafür, dass das angemeldete Zeichen im Hinblick auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen eine beschreibende Angabe darstelle, an der die Mitbewerber ein berechtigtes Freihaltungsbedürfnis hätten.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, mit der sie beantragt,

den Beschluss der Markenstelle vom 6. Juni 2011 aufzuheben und die Marke einzutragen.

Sie hält das angemeldete Zeichen in Bezug auf einen Teil der beanspruchten Waren und Dienstleistungen für ein sprechendes Zeichen, das bezüglich sämtlicher Waren und Dienstleistungen unterscheidungskräftig und nicht Freihaltungsbedürftig sei. Es bestehe kein enger und unmittelbar beschreibender Bezug zwischen dem Zeichen und den beanspruchten Waren und Dienstleistungen.

In der mündlichen Verhandlung hat die Anmelderin ihren Standpunkt aufrechterhalten und vertieft.

## II.

Die zulässige Beschwerde hat keinen Erfolg, weil einer Eintragung des angemeldeten Zeichens das Schutzhindernis eines Freihaltungsbedürfnisses gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegensteht.

Die Vorschrift des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG verbietet es, Zeichen als Marke einzutragen, die ausschließlich aus Teilen bestehen, welche zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale der beanspruchten Waren und Dienstleistungen dienen können, unabhängig davon, ob und inwieweit sie bereits bekannt sind oder verwendet werden (vgl. Ströbele, FS für Uhlmann, S. 425, 428). Der Ausschluss solcher zur Beschreibung geeigneter Zeichen oder Angaben dient dazu, dass sie jedermann frei verwenden kann. Es ist daher nicht erlaubt, solche Zeichen oder Angaben durch ihre Eintragung als

Marke einem einzigen Unternehmen vorzubehalten (vgl. EuGH GRUR 1999, 723, Rn. 25 - Windsurfing Chiemsee; GRUR Int. 2003, 632, Rn. 73 - Linde).

Das hier angesprochene allgemeine Publikum wird die aus gebräuchlichen Wörtern der deutschen Sprache bestehende Wortfolge lediglich als werblich beschreibende Qualitätsangabe bezüglich der beanspruchten Waren und Dienstleistungen verstehen. Die Redewendung „MIT KÖPFCHEN“ bedeutet umgangssprachlich mit Verstand bzw. mit Intelligenz. Dass es sich hierbei um eine in Deutschland geläufige Redewendung handelt, belegen die von der Markenstelle ermittelten und dem Beanstandungsbescheid sowie dem Beschluss beigefügten Internetausdrucke ebenso wie die vom Senat ermittelten und der Anmelderin in der mündlichen Verhandlung übergebenen Internetausdrucke, die eine Verwendung der leicht verständlichen Aussage „MIT KÖPFCHEN“ durch Dritte belegen.

Der Verbraucher wird die Wortfolge nur als anpreisende Werbeaussage dahingehend verstehen, Verbraucher, die klug vorgehen, würden das so beworbene Produkt erwerben - oder das Angebot sei klug entwickelt worden. Dazu bedarf es für den normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Endverbraucher auch keiner gedanklichen Auseinandersetzung. Die Wortfolge ist insoweit ohne Weiteres aus sich heraus als anpreisendes Qualitätsversprechen verständlich.

Dies gilt in Bezug auf sämtliche beanspruchten Waren und Dienstleistungen, wobei eine Differenzierung bei der Beurteilung der Schutzfähigkeit nach Waren und Dienstleistungen hier nicht möglich ist, da die Wortfolge letztlich immer nur anpreisend im Sinne einer Qualitätsangabe wirkt.

Ob der Eintragung zusätzlich das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegensteht, kann als nicht entscheidungserheblich dahingestellt bleiben.

Dr. Albrecht

Kruppa

Werner

br/Me