

BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 31/00

(Aktenzeichen)

Verkündet am
27. Juni 2001

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 399 26 620.8

hat der 29. Senat des Bundespatentgerichts (Marken-Beschwerdesenat) aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 27. Juni 2001 durch den Richter Baumgärtner als Vorsitzenden, die Richterin Pagenberg und den Richter Guth

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I

Die als Anlage beigefügte farbige Wort-Bildmarke

"Junior"

soll für die Waren und Dienstleistungen

"Klasse 3:

Seifen, Parfümerien, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarwässer, Zahnputzmittel;

Klasse 5:

Babykost, Pflaster;

Klasse 8:

Messer, Schmiedewaren, Gabeln, Löffel;

Klasse 9:

Photographische Instrumente, Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild, bespielte magnetische, magneto-optische und optische Träger für Ton, Bild und Daten, Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten, Unterhaltungsgeräte als Zusatzgeräte für einen Fernseher;

Klasse 12:

Fahrzeuge;

Klasse 14:

Edelmetalle und deren Legierungen sowie daraus hergestellte oder damit plattinierte Waren, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind, Juwelierwaren, Schmuckwaren, Edelsteine, Uhren- und Zeitmeßinstrumente;

Klasse 15:

Musikinstrumente;

Klasse 16:

Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit in Klasse 16 enthalten, nämlich Papierhandtücher, -servietten, Papiertaschentücher, Verpackungsbehälter, Verpackungstüten, Druckereierzeugnisse, Fotografien, Schreibwaren, Klebstoffe für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke, Künstlereibedarfsartikel, nämlich Zeichen-, Mal- und Modellierwaren, Pinsel, Schreibmaschinen und Büroartikel (ausgenommen Möbel), Lehr- und Unterrichtsmaterial (ausgenommen Apparate), Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit in Klasse 16 enthalten, Spielkarten, Drucklettern, Druckstöcke;

Klasse 18:

Leder und Lederimitate sowie Waren daraus, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind, Taschen, Geldbeutel, Brieftaschen, Handtaschen, Aktentaschen, Einkaufstaschen, Schulranzen, Päckchen, Rucksäcke, Reiseneccessaires, Reise- und Handkoffer, Regenschirme, Sonnenschirme und Spazierstöcke;

Klasse 20:

Möbel;

Klasse 21:

Glaswaren, Porzellan;

Klasse 24:

Webstoffe und Textilwaren, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind, Textilstoffe, Gardinen, Rollos, Haushaltswäsche, Tisch- und Bettwäsche, Tisch- und Bettdecken;

Klasse 25:

Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen;

Klasse 27:

Teppiche, Fußmatten;

Klasse 28:

Spiele, Spielzeug, Turn- und Sportartikel, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind, Christbaumschmuck;

Klasse 29:

Fleisch, Fisch, Geflügel und Wild, Fleischextrakte, konserviertes, getrocknetes, und gekochtes Obst oder Gemüse, Konfitüren, Eier, Milch, Milchprodukte, nämlich Butter, Käse, Sahne Joghurt, Milchmischgetränke mit überwiegendem Milchanteil, Desserts aus Joghurt, Quark und Sahne, Speiseöle und -fette, Salatsaucen, Fleisch-, Fisch-, Obst-, Gemüsekonserven;

Klasse 30:

Kaffee, Tee, Kakao, Zucker, Schokolade, Pudding-Desserts, Milchkakao, Milchsokoladengentrnke, Milchkaffee, Kaffee-, Milchkaffee, Tee- Kakao- oder Schokoladengentrnke, Getreidepräparate, Brot, feine Backwaren und Konditorwaren, Speiseeis, Honig, Senf, Essig, Saucen (ausgenommen Salatsaucen);

Klasse 32:

Biere, Mineralwässer und kohlensturehaltige Wässer und andere alkoholfreie Getränke, Fruchtgetränke und Fruchtsäfte;

Klasse 35:

Werbung;

Klasse 38:

Telekommunikation;

Klasse 41:

Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten."

in das Markenregister eingetragen werden.

Die Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit Beschluss vom 27. Oktober 1999 zurückgewiesen, weil der angemeldeten Kennzeichnung jegliche Unterscheidungskraft fehle und einer Eintragung außerdem ein Freihaltungsbedürfnis entgegenstehe. Der Begriff "Junior" sei eine übliche Bezeichnung für "Jugendliche, Heranwachsende" und stelle daher für alle angemeldeten Waren und Dienstleistungen eine glatte Bestimmungsangabe dar, weil diese Altersgruppe in nahezu allen Bereichen des Wirtschaftslebens eine bevorzugte, viel umworbene Zielgruppe sei und demzufolge Waren und Dienstlei-

stungen auf die Bedürfnisse und Wünsche dieser Zielgruppe zugeschnitten seien. Die farbliche und graphische Ausgestaltung des Zeichens sei werbeüblich und verwende Gestaltungsmittel, die gerade bei Artikeln für jüngere Konsumenten häufig seien. Sie beseitige weder das Freihaltungsbedürfnis noch mache sie das Zeichen unterscheidungskräftig.

Die Anmelderin ist der Ansicht, die angemeldete Kennzeichnung sei zu Unrecht zurückgewiesen worden. Das Wort "Junior" bezeichne keine bestimmte Altersgruppe, sondern bedeute nur "jünger", stelle also lediglich eine relative Altersangabe dar und sei darum diffus. Außerdem sei die Wort-Bildmarke aufwendig durch einen professionellen Grafiker gestaltet und weise neben der eigentümlichen Farbgebung keine Ähnlichkeit der Buchstabengestaltung mit bekannten Schriftarten, wie sie z.B. in üblichen Textverarbeitungsprogrammen zur Verfügung stehen, auf. Gerade diese besondere, weit über den üblichen Formenschatz hinausgehende Gestaltung mache das Zeichen schutzfähig. Aus diesen Gründen fehle der angemeldeten Marke weder jegliche Unterscheidungskraft noch bestehe ein Freihaltungsbedürfnis.

Wegen weiterer Einzelheiten wird auf die Akten sowie auf das Ergebnis einer vom Senat durchgeführten Recherche, die zum Gegenstand der mündlichen Verhandlung gemacht worden ist, Bezug genommen.

II

Die Beschwerde der Anmelderin ist zulässig, hat in der Sache jedoch keinen Erfolg. Die angemeldete Marke ist von der Eintragung ausgeschlossen, weil der Kennzeichnung für sämtliche angemeldeten Waren und Dienstleistungen jedenfalls jegliche Unterscheidungskraft fehlt (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG). Die angemeldete Marke stellt ein graphisch ausgestaltetes Wort dar, das von den angespro-

chenen breiten Verkehrskreisen als werbeübliche Sachangabe für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen verstanden wird.

Kann einer Wortmarke ein für die in Frage stehenden Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst um einen verständlichen Ausdruck der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache, der vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solcher und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so fehlt ihm die Unterscheidungskraft (vgl. BGH WRP 1999, 1169, 1171 "FOR YOU"; WRP 1999, 1167, 1168 "YES"; WRP 2000, 741 "LOGO"; BGH WRP 2001, 35 "RATIONAL SOFTWARE CORPORATION"). Dies ist hier der Fall. Die angemeldete Wortkombination eignet sich als Hinweis auf die Beschaffenheit oder Bestimmung der beanspruchten Waren und Dienstleistungen, denn sie nimmt auf eine konkrete vorteilhafte Eigenschaft der Waren und Dienstleistungen der angemeldeten Marke in werbeüblicher, leicht verständlicher Form Bezug und wirkt wegen dieses im Vordergrund stehenden sachbezogenen Begriffsinhalts für sämtliche dieser beanspruchten Waren und Dienstleistungen nur als Sachhinweis, nicht als Hinweis auf einen bestimmten Geschäftsbetrieb (vgl. BGH MarkenR 1999, 347, 348 f "ABSOLUT"; BGH WRP 1999, 1169, 1171 "FOR YOU"; WRP 1999, 1167, 1168 "YES").

In der deutschen Sprache ist der Wortbestandteil "Junior" der angemeldeten Kennzeichnung lexikalisch als Substantiv mit der Bedeutung "Jüngerer, Sohn (im Verhältnis zum Vater), jüngerer Teilhaber, besonders Sohn des Firmeninhabers" nachweisbar und kommt in Wortverbindungen wie "Juniorchef, Juniorpartner, Juniorreise (organisierte Reise für Jugendliche), Juniorenmeisterschaft" (vgl. Duden, Das große Wörterbuch der deutschen Sprache, 3. Aufl.; Wahrig, Deutsches Wörterbuch, 7. Aufl.) vor (vgl. dazu auch 33 W (pat 263/97 "Deutsche Junioren-Akademie"). In der englischen Sprache bedeutet laut Lexikon "junior" als Substantiv "Jüngerer, Untergebener, Unterstufenschüler, Student im vorletzten Studienjahr" und ist ebenso wie im Deutschen in Wortverbindungen gebräuchlich (vgl.

Pons Collins Großwörterbuch Deutsch-Englisch Englisch – Deutsch, 1999; Duden Oxford Großwörterbuch Englisch, 1999). Das Wort wird auch tatsächlich in diesen Bedeutungen im deutschen Sprachraum verwendet. Eine Internetrecherche hat ergeben, dass "Junior" vor allem im Sport für Jugendliche gebraucht wird. Weiterhin wird "Junior" auf fast allen Warengeländen als Bezeichnung für mehr oder weniger alte Kinder oder auch für jüngere Studenten oder Schüler verwendet, wobei die konkrete Bedeutung hinsichtlich der Altersgruppe je nach Waren- oder Dienstleistungsgebiet unterschiedlich ist, die Verwendung jedoch ersichtlich als beschreibende Angabe auf eine bestimmte Altersgruppe erfolgt. Die Recherche zeigt auch, dass die Waren oder Dienstleistungen, in Verbindung mit denen dieses Wort als beschreibender Hinweis vorkommt, speziell auf die "Junioren" zugeschnitten sind und sich speziell an diese Zielgruppe wendet, auch wenn je nach Ware oder Dienstleistungen die Gruppe auch unterschiedlich definiert werden mag. Angesichts dieser umfangreichen Verwendung des Wortes für unterschiedlichste Waren- und Dienstleistungsgebiete wird der Verkehr in dem angemeldeten Begriff lediglich eine Bestimmungs- bzw. Beschaffenheitsangabe für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen sehen, zumal es auf praktisch jedem Gebiet spezielle Angebote für jüngere Menschen gibt.

Auch die grafischen Komponenten machen die angemeldete Kennzeichnung nicht schutzfähig. Die grafische Ausgestaltung des Wortes in verschiedenfarbigen Buchstaben, die unterschiedliche höhenmäßige Anordnung der Buchstaben sowie die Buchstabenform ähnlich einer noch etwas ungelassenen Kinderschrift mit einem Pinsel oder Filzschreiber ist - wie die in der mündlichen Verhandlung erörterten Ablichtungen aus Zeitschriften zeigen - gerade in Verbindung mit Waren oder Dienstleistungen, die für Kinder bestimmt sind oder bei Themen, die mit Kindern zu tun haben, sehr verbreitet. Diese Ausgestaltung unterstreicht daher nur noch den rein sachbezogenen begrifflichen Inhalt des Wortes und wirkt nicht als Unterscheidungsmerkmal für die betriebliche Herkunft der Waren und Dienstleistungen.

Auf die Frage, ob die angemeldete Kennzeichnung sämtliche Waren und Dienst-

leistungen hinreichend konkret und unmittelbar beschreibt, dass auch ein Freihaltungsbedürfnis (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG) gegeben ist, braucht daher nicht mehr eingegangen werden.

Baumgärtner

Pagenberg

Guth

CI