



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 501/11

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2010 008 114.7

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, den Richter Kruppa und die Richterin Werner am 6. März 2012

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung der in blauer Farbe gehaltenen Wort-/Bildmarke



mit Beschluss vom 9. November 2010, nach Beanstandungsbescheid vom 10. Mai 2010, teilweise, nämlich für die Waren und Dienstleistungen der

Klasse 16: Druckereierzeugnisse;

Klasse 39: Transportwesen;

Klasse 41: Erziehung, Ausbildung, sportliche und kulturelle Aktivitäten;

Klasse 43: Dienstleistungen zur Verpflegung und Beherbergung von Gästen

nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zurückgewiesen, weil dem angemeldeten Zeichen insoweit die erforderliche Unterscheidungskraft fehle.

Das angemeldete Zeichen bestehe aus einer werbeüblichen Grafik und den einfachen, auch im deutschen Sprachgebrauch üblichen Wörtern "CAMPS International", die das Publikum leicht im Sinn von "Lager International" verstehen werde.

Die Wortzusammenstellung "CAMPS International" weise lediglich auf Druckereierzeugnisse hin, welche sich inhaltlich-thematisch mit einem (Ferien-, Studien-, Zelt- oder Feld-) Lager internationaler Ausrichtung (z. B. internationale Jugendbegegnung etc.) befassen (z. B. Informationsbroschüren). Die beanspruchten Dienstleistungen würden im Rahmen (irgend-)eines Lagers für internationale Teilnehmer angeboten. Für Teilnehmer internationaler Ferienlager würden Reise- und Transportdienstleistungen sowie entsprechend der thematischen Ausrichtung kulturelle, sportliche oder Bildungsangebote erbracht. Die Teilnehmer solcher Ferien- oder Zeltlager würden auch gepflegt und beherbergt.

Das angesprochene Publikum werde daher in der Wortzusammenstellung "CAMPS International" lediglich einen beschreibenden Sachhinweis erkennen und keine markenmäßige Kennzeichnung für die Unterscheidung der betreffenden Waren und Dienstleistungen ihrer Herkunft nach sehen.

Auch der Umstand, dass die Anmelderin als erster deutscher Spezialreiseveranstalter für Kinder und Jugendliche seit vielen Jahren unter dem Namen "CAMPS International" entsprechende Waren und Dienstleistungen anbiete und vielleicht auch die Marktführerschaft in diesem Bereich innehabe, führe zu keiner anderen Beurteilung. Es sei nachvollziehbar, dass die Anmelderin ein anspruchsvolles Konzept als (Geschäfts-) Idee schützen lassen möchte; dies sei jedoch in Deutschland nicht möglich und daher aus markenrechtlicher Sicht nicht relevant.

Auch wenn das angemeldete Zeichen eine gewisse Bekanntheit erlangt habe, spiele dies für die Beurteilung der beschreibenden Angabe "CAMPS International" keine Rolle; Verkehrsdurchsetzung gem. § 8 Abs. 3 MarkenG sei nicht geltend gemacht.

Der Beschluss ist der Anmelderin am 11. November 2010 zugestellt worden.

Dagegen wendet sie sich mit ihrer Beschwerde, eingegangen am Montag, dem 13. Dezember 2010. Sie ist der Auffassung, bei dem angemeldeten Zeichen handle es sich weder um ein Wort, das einen für die zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt aufweise, noch handle es sich um eine Angabe, die einen eng beschreibenden Bezug zu den zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen herstellen könnte.

Der Begriff "CAMPS International" sei weder eine gebräuchliche deutsche noch englische Wortfolge. Auch das deutsche Publikum könne mit der Übersetzung "Lager International" nichts anfangen, da die Bezeichnung "CAMPS International" grammatikalischen Regeln widerspreche. Angemeldet sei gerade nicht die Wortfolge "International Camps". Aus der Schreibweise des Anmeldezeichens und der grafischen Gestaltung, insbesondere der grafischen Hervorhebung des Begriffs "CAMPS" sei dies unproblematisch zu entnehmen. Der Begriff "CAMPS" werde offensichtlich als Schlagwort und damit markenmäßig verwendet, der Zusatz "International" sei lediglich nachgeschoben. Bereits dies zwingt den Verbraucher zum Nachdenken und Interpretieren.

Im Übrigen sei auch das Wort "Lager" für sich genommen interpretationsbedürftig. Die Markenstelle führe selbst bestimmte Interpretationen an, die in völlig verschiedene Richtungen gingen. So sei es ein großer Unterschied, ob man von einem Ferienlager oder von einem Arbeitslager spreche. Die Markenstelle habe insofern einen denkbaren beschreibenden Gehalt in mehreren gedanklichen Schritten ermittelt, was nicht zulässig sei.

Hinzu komme, dass die beanspruchten Waren und Dienstleistungen unterschiedlich seien. Selbst wenn man einen beschreibenden Gehalt unterstellen wollte, könne dieser nicht auf die verschiedenen Waren und Dienstleistungen der Klasse 16 (Druckereierzeugnisse), der Klasse 39 (Transportwesen), der Klasse 41 (Erziehung, Ausbildung, sportliche und kulturelle Aktivitäten) und der Klasse 43 (Dienstleistungen zur Verpflegung und Beherbergung von Gästen) bezogen werden.

Schließlich sei die Gestaltung des Anmeldezeichens einprägsam und phantasievoll. Sie unterstütze die schlagwortartige Verwendung des Begriffs "CAMPS". Auffällig sei zudem die grafische Gestaltung des Anfangsbuchstabens C, der einerseits das nachfolgende A umklammere und andererseits mit dem Aufstrich des A quasi einen Kreis bzw. eine Ellipse bilde.

Dies mache das angemeldete Zeichen markenmäßig unterscheidungskräftig.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 41 vom 9. November 2010 insoweit aufzuheben als er dem angemeldeten Zeichen den Schutz versagt habe.

II.

Die nach §§ 66, 64 Abs. 6 MarkenG zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg.

1.

Über die Beschwerde kann ohne mündliche Verhandlung entschieden werden, da die Anmelderin keinen Antrag auf Durchführung der mündlichen Verhandlung gestellt hat und der Senat diese auch nicht für erforderlich hält, § 69 MarkenG.

2.

Zu Recht und mit eingehender sowie zutreffender Begründung, der sich der Senat zur Vermeidung von Wiederholungen anschließt, hat die Markenstelle der angemeldeten Bezeichnung für die streitgegenständlichen Waren und Dienstleistungen die Eintragung nach § 37 Abs. 1, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG versagt.

Auch die Beschwerdebeurteilung bietet für eine abweichende Beurteilung keinen Anlass.

Dem angemeldeten Wort-/Bildzeichen "CAMPS international" fehlt für die noch strittigen Waren und Dienstleistungen die erforderliche Unterscheidungskraft.

a)

Unterscheidungskraft im Sinn von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, die Waren und Dienstleistungen, für die die Eintragung beantragt wird, als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen, von denjenigen anderer zu unterscheiden sowie deren Ursprungsidentität zu gewährleisten (vgl. EuGH GRUR 2004, 1027, 1029 - Das Prinzip der Bequemlichkeit; BGH GRUR 2009, 949, Rn. 28 - My World).

Die Unterscheidungskraft ist zum einen im Hinblick auf die angemeldeten Waren und Dienstleistungen zum anderen im Hinblick auf das beteiligte Publikum zu beurteilen, wobei auf die Wahrnehmung der Marke durch einen normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher der fraglichen Waren und Dienstleistungen abzustellen ist (vgl. EuGH GRUR 2004, 943 - SAT.2).

Es kommt dabei nicht darauf an, welche Bedeutung die einzelnen Wortbestandteile haben und ob die Kombination lexikalisch nachweisbar ist oder ob es sich um eine Wortneuschöpfung handelt oder ob der Begriff bereits häufig verwendet wird, sondern allein darauf, wie das angemeldete Zeichen seinem Sinn nach in seiner Gesamtheit verstanden wird und ob die angesprochenen Verbraucher dem einen Herkunftshinweis entnehmen.

b)

Ausgehend hiervon fehlt der Wortkombination "CAMPS international" jegliche Unterscheidungseignung und Unterscheidungskraft, weil ihr das angesprochene Publikum für die strittigen Waren und Dienstleistungen lediglich eine sachliche Aussage entnehmen und sie nicht als Unterscheidungsmittel verstehen wird.

Das angemeldete Zeichen ist sprachüblich gebildet aus den allgemein gebräuchlichen und verständlichen englischen bzw. deutschen Wörtern "Camps" und "international".

Bei "Camp" bzw. dessen Pluralform handelt es sich um ein in den deutschen Sprachschatz eingegangenes Wort mit der Bedeutung "Lager" im Sinn von Feld- oder Nachtlager, außerhalb einer festen Behausung. "Camps" sind (Zelt-) Lager bzw. aus Zelten oder einfachen Häuschen errichtete Ferienlager (Duden - Deutsches Universalwörterbuch, 6. Aufl. Mannheim 2006 [CD-ROM]). Das auch im Englischen vorkommende Wort "international" entspricht in seiner Schreibweise dem geläufigen deutschen Adjektiv "international" mit den Bedeutungen "zwischenstaatlich, nicht national begrenzt, überstaatlich, weltweit" (vgl. Pons - Großwörterbuch Englisch-Deutsch, S. 462; Duden-Oxford - Großwörterbuch Englisch, 3. Aufl. Mannheim 2005 [CD-ROM]; Duden - Deutsches Universalwörterbuch, a. a. O.).

Dem Publikum sind beide Begriffe aus vielfacher Verwendung (z. B. Camping, Dschungelcamp) bekannt und geläufig. Die Verbraucher sind an Wortbildungen mit den genannten Bestandteilen im Zusammenhang mit verschiedensten Waren und Dienstleistungen gewöhnt und erkennen darin - auch sofern sie grammatikalisch nicht korrekt gebildet sein sollten, dennoch - auf den ersten Blick nur eine allgemein verständliche Aussage, die lediglich in gebräuchlicher Art und Weise auf einfache, manchmal provisorische bzw. befristete Gemeinschaftsunterkünfte hinweist, in denen Gäste aus verschiedensten Ländern zusammentreffen. Gerade "international" wird häufig anderen Bezeichnungen ohne grammatikalisch korrekte Verknüpfung hinzugefügt, um die Reichweite eines Angebots aufzuzeigen (z. B. "Transporte international", "Telefonie international", "Terminal International" etc.).

Entgegen der Annahme der Anmelderin bedeutet eine schlichte begriffliche Unbestimmtheit bei der Übersetzung von "Camps" mit "Lager" noch nicht eine markenrechtliche Mehrdeutigkeit und steht einer Schutzversagung prinzipiell nicht entgegen (vgl. BGH GRUR 2000, 882 - Bücher für eine bessere Welt).

Es liegt in der Natur der Sache, dass eine allgemein gehaltene Bezeichnung mit einem hohen Abstraktionsgehalt einen gewissen Bedeutungsspielraum in sich trägt. Zwar kann das Wort "Camps" in verschiedenen Kombinationen benutzt werden. Entgegen der Ansicht der Anmelderin spielt es aber keine Rolle, dass der angesprochene Verbraucher möglicherweise nicht genau weiß, um was für ein "Camp" es sich genau handeln soll. Eine solche begriffliche Unbestimmtheit kann werbewirksam gewollt sein, um einen möglichst weiten Bereich waren- oder dienstleistungsbezogener Eigenschaften, Vorteile oder Leistungsinhalte zu erfassen und/oder eine positive Erwartungshaltung des Kunden zu fördern (vgl. BGH GRUR 2003, 1050 - Cityservice).

Verschiedene Bedeutungen einer Wortfolge sprechen nicht für deren Unterscheidungskraft, wenn sich - wie vorliegend - in Bezug auf die angemeldeten Waren und Dienstleistungen alle markenmäßig relevanten Deutungsmöglichkeiten als sachbezogen oder sonst als zur Erfüllung der Herkunftsfunktion ungeeignet erweisen (BGH GRUR 2001, 1151, 1152 - marktfrisch; GRUR 2004, 778, 779 - Urlaub direkt).

Zu den markenmäßig relevanten Deutungsmöglichkeiten gehören historisch negativ belegte, wie "Arbeitslager", nicht.

Die Verbraucher werden bei "CAMPS international" annehmen, dass diese ihnen mühelos verständliche Wortkombination lediglich als Inhaltsangabe oder Werbeaussage allgemeiner Art für die mit ihr bezeichneten Produkte und Leistungen eingesetzt wird.

Entgegen der Annahme der Anmelderin gilt dies für alle beanspruchten Waren und Dienstleistungen, wie die Markenstelle ausführlich aufgezeigt hat.

Die grafische Ausgestaltung des farbigen Zeichens führt nicht zur Schutzfähigkeit. Bei einem Zeichen mit einem beschreibenden Begriffsinhalt, der für die in Frage stehenden Waren und Dienstleistungen ohne weiteres und ohne Unklarheiten als solcher aufgefasst wird, genügen dafür einfache grafische Gestaltungen oder Verzierungen des Schriftbilds nicht. An die grafische Ausgestaltung sind hier größere

Anforderungen zu stellen (BGH GRUR 2001, 1153 - antiKALK; BPatG GRUR 1996, 410, 411 - Color Collection; GRUR 2007, 324, 326 - Kinder).

Ein betonter Anfangsbuchstabe und unterschiedliche Schriftarten weisen keine über eine dekorative Art hinausgehenden charakteristischen Merkmale auf und reichen allein zur Erfüllung der Herkunftsfunktion nicht aus.

"CAMPS international" fehlt daher für die strittigen Waren und Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft.

3.

Ob dem Schutz der angemeldeten Bezeichnung auch § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegensteht, kann demnach dahingestellt bleiben.

4.

Zu einer Erstattung der Beschwerdegebühr (§ 71 Abs. 3 MarkenG) besteht kein Anlass.

Dr. Albrecht

Kruppa

Werner

CI