

BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 249/99

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend der angemeldeten Marke 397 02 131.3

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 3. April 2001 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Schade, des Richters Albert und der Richterin Friehe-Wich

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I.

Die Darstellung

siehe Abb. 1 am Ende

soll für "Schuhwaren, einschließlich orthopädische Schuhe; Teile von Schuhen, nämlich Sohlen, Absätze, Stiefelschäfte, Sportschuhe, Fußballschuhe und Stollen hierfür; Schuhbesatz, Waren aus Leder und Lederimitationen, nämlich Taschen sowie Kleinlederwaren, insbes Geldbeutel, Brieftaschen, Schlüsseltaschen; Reise- und Handkoffer" als Marke geschützt werden.

Die Markenstelle für Klasse 25 des Patentamts hat in zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Zur Begründung ist ausgeführt, daß die Wortzusammensetzung "SCHUHWELT" in sprach- und werbeüblicher Form auf ein Geschäft mit umfangreichem einschlägigem Warenangebot hinweise, was auch durch verschiedene Werbebeispiele belegt worden ist. Das Anmelde Wort werde daher - auch für sonstige Lederwaren - vom Verkehr lediglich als allgemeiner Hinweis auf irgendein großes Schuh- und Lederwarengeschäft, nicht aber als individueller betrieblicher Herkunftshinweis verstanden. Daran ändere auch nichts die graphische Ausgestaltung, die sich im Rahmen des Werbeüblichen halte. Sowohl die unterschiedliche Schriftstärke als auch das einfache Hintergrundelement könnten vielleicht als graphisches Hervorhebungsmittel wirken, nicht aber als individuelle und für ein Kennzeichen hinreichend phantasievolle Gestaltung.

Gegen den Erinnerungsbeschluß hat die Anmelderin Beschwerde eingelegt. In ihrer Begründung hat sie zunächst den beschreibenden Charakter des Wortes "SCHUHWELT" nicht bestritten, für das kein Schutz beansprucht werde; sie verweist aber darauf, daß die Marke in ihrer Gesamtheit Gegenstand der Prüfung sein müsse. Die graphische Hintergrundgestaltung stelle, wie auch die Markenstelle erkannt habe, "eine Verbindung zwischen den von der Schriftart her getrennten Wortbestandteilen ... her" und betone das Wort "WELT"; gerade darin werde der Verkehr die besondere herkunftshinweisende Funktion der Marke sehen. In diesem Zusammenhang hat sie auf drei Entscheidungen des Patentgerichts verwiesen (27 W (pat) 169/94 "Shirts World"; GRUR 1999, 609 "g"; MarkenR 2000, 285 "Immo-Börse"), die ihrer Ansicht nach vergleichbare Fälle betreffen. Im weiteren Verlauf hat die Anmelderin eine Reihe von Wort-Bild-Marken (jeweils mit dem Bestandteil "Welt") genannt, die ihrer Meinung nach eine meist nur minimale graphische Ausgestaltung aufweisen und deshalb ebenfalls für die Schutzzfähigkeit der Anmeldemarke sprechen; im übrigen gebe es auch eine Reihe ähnlich gebildeter (reiner) Wortmarken mit dem Bestandteil "Welt".

Wegen der Einzelheiten wird auf den Akteninhalt verwiesen.

II.

Die Beschwerde mußte in der Sache ohne Erfolg bleiben, da der Eintragung der angemeldeten Marke die Vorschrift des § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG entgegensteht.

Die Markenstelle ist zutreffend davon ausgegangen, daß das Wort "SCHUHWELT" nicht schutzfähig ist (vgl zB die Patentgerichtsentscheidungen "BADEWELT", "Computer-World", "Geld Welt", "Wasserwelt", "Investorworld", "SNOW WORLD" usw, sämtlich veröffentlicht in PAVIS PROMA). Dies wird letztlich offenbar auch von der Anmelderin nicht in Abrede gestellt, auch wenn sie auf einige reine Wortzeichen mit dem Bestandteil "Welt" verwiesen hat.

Aber auch die bildliche Ausgestaltung macht die angemeldete Marke nicht eintragungsfähig. Das Wort "SCHUHWELT" ist ein gängig gebildeter und sprachüblicher beschreibender Begriff, der - worauf bereits die Erstprüferin hingewiesen hat - auf dem einschlägigen Warenssektor auch beschreibend verwendet wird. Um ihn unterscheidungskräftig zu machen, bedürfte es mehr als einer minimalen graphischen Ausgestaltung. Es mag durchaus sein, daß die Anmelderin bei der Schöpfung ihrer Marke bestimmte Überlegungen zur konkreten Gestaltung angestellt hat; aber so wie das Wort dem (an allerlei phantasievolle Werbegraphik gewöhnten) Betrachter entgegentritt, erscheint es vorliegend doch nur mit allgemein üblichen Zutaten (teilweiser Fettdruck, Pinselstrich) versehen, wie sie zur graphischen Hervorhebung einer Sachaussage (oder eines Teils davon) gerne und nicht selten verwendet werden. So ist es, wie dem Senat aus eigener Anschauung bekannt ist, keineswegs ungewöhnlich, daß schlagwortartig hervorgehobene Bezeichnungen in der Werbung nur teilweise in Fettdruck gehalten sind (oder aber generell sogar in unterschiedlichen Schriftformen erscheinen). Desgleichen ist das Mittel einer hinter- (oder unter-)legten Markierung in Form eines Pinselstrichs in der Werbung nicht selten und wird auf den unterschiedlichsten Waren- und Dienstleistungsbereichen eingesetzt, um die Aufmerksamkeit eines Betrachters zu erregen oder auf einen bestimmten Text hinzulenken. Für den Verkehr liegt es deshalb fern, gerade in einer solchen graphischen Aufmachung einer glatt beschreibenden Angabe, die somit weder in ihren Einzelbestandteilen noch in ihrer Gesamtheit etwas Ungewöhnliches oder Besonderes bietet, eine individualisierende Kennzeichnung zu sehen.

Mit den von der Anmelderin genannten Patentgerichts-Entscheidungen ist der vorliegende Fall nicht zu vergleichen, da es dort um deutlich andere bildliche Ausgestaltungen geht. Desgleichen können die genannten Wort-Bild-Marken eine Eintragung nicht rechtfertigen; in der Regel weisen sie - sofern sie überhaupt in ihrem Wortbestandteil mit der Anmeldemarke verglichen werden können - eine individuellere oder weniger übliche Gesamtgestaltung auf, die den Markenschutz zu rechtfertigen vermag.

Nach allem war die Beschwerde zurückzuweisen.

Dr. Schade

Albert

Friehe-Wich

Pü

Abb. 1

