



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 24/01

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 300 41 699.7

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 12. März 2003 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Albert sowie der Richter Kraft und Reker

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 20 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 11. Dezember 2000 aufgehoben.

Gründe

I

Die Markenstelle für Klasse 20 hat die Anmeldung der für die Waren und Dienstleistungen

"Möbel, Spiegel, Bettzeug (z.B. Matratzen, Auflegematratzen, Kopfkissen); Webstoffe und Textilwaren, Bett- und Tischdecken; Pflege von Tisch- und Bettwäsche und Bettzeug (z.B. Waschen, Reinigen und Ausbessern von Bettwäsche, Federbetten, Kissen, Matratzen); Materialbearbeitung, Maßanfertigungen (z.B. Zuschneiden und Zurichten von Textilwaren und Möbeln)"

bestimmten Marke

siehe Abb. 1 am Ende

wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, die angemeldete Marke verfüge über einen unmittelbar beschreibenden Charakter. In ihrer Gesamtheit weise sie darauf hin, dass es sich bei den Waren um preiswerte Betten, Bettbestandteile, Bettzeug oder Bettausstattungs-elemente handele, die von irgendeinem auf Betten spezialisierten Billiganbieter angeboten würden, und dass es um preiswerte Dienstleistungen gehe, die sich auf die beanspruchten Waren bezögen und ebenfalls von einem darauf spezialisierten Billiganbieter erbracht würden. Die Zusammenschreibung der Wortbestandteile "Spar" und "Bett" unter Beibehaltung des großen Anfangsbuchstabens des Wortes "Bett" sowie unter Voranstellung des bestimmten Artikels "Der" seien werbeüblich und in keiner Weise phantasievoll. Sie könnten den beschreibenden Charakter der Wortbestandteile nicht aufheben. Die grafischen Bestandteile der Marke und ihre farbliche Gestaltung seien ebenfalls werbeüblich und nicht hinreichend phantasievoll.

Hiergegen wendet sich die Anmelderin mit der Beschwerde. Sie ist der Ansicht, die angemeldete Marke weise jedenfalls in ihrer Gesamtheit die erforderliche Unterscheidungskraft auf. Aber auch einzelne Elemente der Marke seien bereits für sich allein genommen unterscheidungskräftig. Dies gelte z.B. für die Bezeichnung "SparBett", die entgegen den orthografischen Regeln unter Beibehaltung des Großbuchstabens "B" gebildet sei. Das weitere Worтеlement "Der Betten-Discount" nehme Bezug auf die Bezeichnung "SparBett", wobei der bestimmte Artikel "Der" auf das vorangehende Wort "SparBett" verweise. Schon daraus werde deutlich, dass es sich bei dem Worтеlement "SparBett" nicht um eine sprach- und werbeübliche Sachaussage für bestimmte Waren oder Dienstleistungen handele. Dazu komme noch die grafische und farbliche Ausgestaltung der Marke. Allein die doppelte farbliche Umrahmung der Buchstaben des Wortes "SparBett" i.V.m. der weiteren farblichen Gestaltung des Markenhintergrundes reiche für die Annahme der Unterscheidungskraft aus. An der beanspruchten Kombination der für sich genommen z.T. beschreibenden Markenelemente "Spar", "Bett" und "Discount" bestehe auch kein Freihaltungsbedürfnis.

II

Die zulässige Beschwerde ist begründet. Der Eintragung der angemeldeten farbigen Wort-Bild-Marke stehen die in § 8 MarkenG aufgeführten Schutzhindernisse nicht entgegen.

Das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG liegt im Hinblick auf die angemeldete Marke schon deshalb nicht vor, weil die in ihr enthaltene Bezeichnung "Der Betten-Discount" nicht zur Bezeichnung einer Eigenschaft der beanspruchten Waren und Dienstleistungen dienen kann, sondern ausschließlich die Art des Unternehmens im Sinne eines Discountanbieters von Betten bezeichnet. Auch die konkret beanspruchte farbliche und grafische Ausgestaltung der Marke wird in der angemeldeten Form von den Mitbewerbern der Anmelderin zur Bezeichnung der Eigenschaften von Betten, Bettwaren und -zubehör sowie darauf bezogenen Dienstleistungen nicht ernsthaft benötigt.

Der angemeldeten Marke in ihrer konkret beanspruchten grafischen und farbigen Form fehlt auch nicht jegliche Unterscheidungskraft.

Bei der Prüfung der Unterscheidungskraft ist grundsätzlich ein großzügiger Maßstab anzulegen, d.h. jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um dieses Schutzhindernis zu überwinden (BGH GRUR 1999, 1089 – YES). Der Prüfung zugrunde zu legen ist die Marke in ihrer konkret angemeldeten Form mit allen ihren Bestandteilen ohne Anwendung einer zergliedernden Betrachtungsweise (BGH GRUR 1996, 771 – THE HOME DEPOT).

Hiervon ausgehend ergibt sich im Hinblick auf die angemeldete Marke, dass diese jedenfalls in der angemeldeten Form insgesamt geeignet ist, als Hinweis auf die Herkunft der beanspruchten Waren und Dienstleistungen aus dem Unternehmen

der Anmelderin zu dienen. Von Bedeutung ist für diese Beurteilung einerseits der Umstand, dass in der konkreten Abfolge der Wortbestandteile der Marke aufgrund der Angabe "Der Betten-Discount" für die angesprochenen Verkehrskreise hinreichend klar erkennbar wird, dass es sich bei der vorangehenden Angabe "Spar-Bett" nicht um die Bezeichnung eines preisgünstigen Bettes, sondern um den Namen des Betten-Discounters handelt. Dieser Eindruck einer betrieblichen Herkunftskennzeichnung wird durch die konkret beanspruchte farbliche und grafische Ausgestaltung der Marke noch erheblich verstärkt. Wenngleich die Einzelbestandteile der Marke jeweils für sich genommen keine Unterscheidungskraft aufweisen mögen, was an dieser Stelle nicht abschließend zu entscheiden ist, kommt der Marke insgesamt somit noch das erforderliche Mindestmaß an betrieblicher Unterscheidungskraft zu.

Der Beschwerde war daher stattzugeben.

Albert

Kraft

Reker

Bb

Abb. 1

