



# BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 528/12

---

(AktENZEICHEN)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### betreffend die Markenmeldung 30 2011 059 477.5

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 30. Juli 2013 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Werner sowie der Richterin Dr. Schnurr und des Richters Heimen

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## Gründe

### I.

Am 31. Oktober 2011 hat die Anmelderin die Wort-Bildmarke 30 2011 059 477.5

## **Hütten & *Paläste***

zur Eintragung in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register für folgende Dienstleistungen angemeldet:

„Klasse 42: Bauberatung [Architekturberatung]; Architekturdienstleistungen; Entwicklung von Nutzungskonzepten für Immobilien in technischer Hinsicht; Dienstleistungen eines Bauträgers, nämlich Durchführung von Bauvorhaben“.

Die mit einem Beamten des gehobenen Dienstes besetzte Markenstelle für Klasse 42 hat nach vorheriger Beanstandung, der Eintragung stünden die Hindernisse des § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG entgegen, die Anmeldung mit Beschluss vom 31. Mai 2012 zurückgewiesen. Dazu wurde ausgeführt, die angemeldete Marke sei nicht unterscheidungskräftig im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG und zudem eine beschreibende Angabe i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Die Bezeichnung „Hütten & Paläste“ sei angesichts der beanspruchten Dienstleistungen lediglich ein Hinweis darauf, dass sie die gesamte Bandbreite von Bauten, nämlich sowohl primitive Häuser (Hütten), als auch Prachtbauten (Paläste) bzw. deren Entwurf, Errichtung oder diesbezügliche Beratung zum Gegenstand oder Inhalt hätten oder einen engen Sach- oder Funktionszusammenhang dazu aufwiesen.

Die graphische Ausgestaltung der Marke mit verschiedenen Schrifttypen halte sich im Rahmen dessen, was in der Werbegraphik üblich sei.

Gegen diesen Beschluss wendet sich die Anmelderin mit ihrer Beschwerde.

Zur Begründung führt sie aus, die angemeldete Marke sei unterscheidungskräftig, da die Angabe zu vage und unbestimmt sei, um einen beschreibenden Charakter zu haben. Sie sei auslegungsbedürftig und zudem geeignet, unterschiedliche Interpretationen hervorzurufen. Sie enthalte allenfalls eine Andeutung darauf, dass die Dienstleistungen ein weites Spektrum abdecken könnten. Schließlich seien weder „Hütten“ noch „Paläste“ im üblichen Leistungsangebot eines Architekten enthalten, es handele sich vielmehr um eine Metapher und humoristische Auseinandersetzung mit Architekturleistungen. Die Angabe sei besonders originell und unüblich und werde weder in den angesprochenen Verkehrskreisen noch sonst sachbezogen verwendet.

Schließlich genüge bereits die grafische Ausgestaltung, um die Schutzhindernisse zu überwinden, denn die unterschiedlichen Schriftarten, einerseits fettgedruckte Blockschrift, andererseits Schreibschrift mit verziertem Anfangsbuchstaben „P“, und die Verbindung beider Worte mit dem Symbol „&“ gingen über gewöhnliche Werbegrafik hinaus. Durch die unterschiedlichen Schrifttypen würden auch die begrifflichen Unterschiede zwischen „Hütten“ und „Palästen“ bildlich dargestellt.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 31. Mai 2012 aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die zulässige, insbesondere gemäß §§ 66 Abs. 1, 64 Abs. 6 S. 1 MarkenG statt-  
hafte Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg, weil einer Eintragung der an-  
gemeldeten Marke die Schutzhindernisse des § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG  
entgegenstehen. Denn die angemeldete Bezeichnung „**Hütten & Paläste**“  
kann für alle angemeldeten Dienstleistungen als beschreibende Angabe i. S. v. § 8  
Abs. 2 Nr. 2 MarkenG dienen und ist als solche auch nicht unterscheidungskräftig,  
§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Die Markenstelle hat die Anmeldung daher zu Recht  
nach § 37 Abs. 1 MarkenG zurückgewiesen.

Nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG dürfen Marken nicht eingetragen werden, die  
ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, welche zur Beschreibung der  
jeweils beanspruchten Waren und Dienstleistungen dienen können. Solche Zei-  
chen weisen ausschließlich auf die von ihnen beschriebenen Waren hin, nicht  
dagegen auf deren Herkunftsunternehmen und erfüllen deshalb nicht die für die  
Eintragung erforderliche Herkunftsfunktion. Diese Vorschrift verfolgt zudem das im  
Allgemeininteresse liegende Ziel, dass beschreibende Zeichen oder Angaben von  
jedermann, insbesondere von den Mitbewerbern des Anmelders, frei verwendet  
werden können. Solche Zeichen sind demnach vom Schutz ausgeschlossen, weil  
ihre Monopolisierung einem berechtigten Bedürfnis der Allgemeinheit an ihrer  
ungehinderten Verwendbarkeit widerspricht (vgl. EuGH GRUR 1999, 723, 725 (Nr.  
25) - Chiemsee; EuGH GRUR 2004, 146, 147 (Nr. 31) - DOUBLEMINT; EuGH  
GRUR 2004, 674, 676 (Nr. 54, 56) - Postkantoor; EuGH GRUR 2004, 680, 681  
(Nr. 35-36) - BIOMILD).

Gemessen an diesen Voraussetzungen ist das angemeldete Zeichen nicht  
schutzfähig, weil es geeignet ist, für alle beanspruchten Waren als beschreibende  
Angabe, insbesondere als Beschaffenheits- und Bestimmungsangabe im Sinne  
des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG zu dienen.

Die Markenstelle hat zutreffend festgestellt, dass der angesprochene Verkehr, der hier neben den allgemeinen Endverbrauchern auch Fachkreise aus dem Bereich Bauwesen und Architektur umfasst, die Angabe „**Hütten & Paläste**“ ausschließlich als Sachangabe auffasst, nämlich als Hinweis auf ein umfassendes Leistungsspektrum, welches von einfachen und schlichten Bauten („Hütten“ = ugs. für: kleine, primitive Häuser, vgl. Duden, Dt. Universallexikon, 7. Aufl., 2011, S. 893) bis hin zu luxuriösen und repräsentativen Prachtbauten („Paläste“ vgl. Duden a. a. O., S. 1302) reicht. Zur Vermeidung von Wiederholungen wird insoweit auf die zutreffenden Gründe des angefochtenen Beschlusses verwiesen. Ergänzend hat der Senat festgestellt, dass entgegen der Auffassung der Anmelderin die Angabe auch bereits sachlich beschreibend im o. g. Sinn verwendet wird, beispielsweise als Bezeichnung eines Seminars im Fachgebiet Bauplanung, welches sich mit unterschiedlichen Gebäudetypen befasst, als schlagwortartige Benennung individueller und vielseitiger Architektenleistungen, als Funktionsumfang eines CAD-Programmes für Architekten oder als Beschreibung eines umfassenden und abwechslungsreichen Immobilienangebots (vgl. „Hütten und Paläste“, Lehrangebot Sommersemester 2012 d. Instituts Entwerfen, Kunst und Theorie, Karlsruher Institut für Technologie; „Hütten und Paläste am Reißbrett“ in: DIE WELT online v. 11.2.2012; „Herr der Hütten und Paläste“ in: Tagesspiegel online v. 12.07.2012; „Architektur unter Linux – Für Hütten und Paläste“ in: Linux-Magazin online; „Hütten & Paläste – Schöner Wohnen“ in: Spiegel online v. 18.3.2013; s. auch „Hütten und Paläste – Immobilien vor Ort“, Internetausdruck Immobilienmakler Norddeutschland; jeweils d. Anm. mit Vfg. v. 10.4.2013 übersandt).

Ebenfalls zutreffend ist die Markenstelle davon ausgegangen, dass auch die Gestaltung der Marke im Übrigen nicht zur Schutzfähigkeit führt. Die graphische Gestaltung einer – wie hier – rein beschreibenden Angabe kann nur dann deren Schutzfähigkeit begründen, wenn diese graphische Gestaltung als solche entsprechende charakteristische Merkmale aufweist (BGH GRUR 1991, 136, 137 – NEW MAN; Ströbele in Ströbele/Hacker, MarkenG, 10. Auflage, § 8 Rdn. 151).

Diesen Anforderungen genügt die angemeldet Marke nicht. Entgegen der Auffassung der Anmelderin ist das sog. kaufmännische Und-Zeichen (bzw. Et-Zeichen) zwischen den Worten „Hütten“ und „Paläste“ nicht geeignet, das Schutzhindernis auszuräumen. Es handelt sich dabei um ein allgemein bekanntes Symbol des Wortes „und“, welches in der Alltagssprache (z. B. GmbH & Co KG) und Werbesprache allseits präsent ist und das gewöhnlich als „und“ gesprochen wird (vgl. dazu nur: Duden, Dt. Universalwörterbuch, 7. Aufl., S. 1829). Gleiches gilt für die gewählten Schrifttypen. Die Verwendung unterschiedlicher Schriftbilder gehört zu den allgemeinen Gestaltungsmitteln der Gebrauchsgrafik und ist völlig werbeüblich. Zwar mag die schlichte Schrift bei dem Wort „Hütten“ bzw. das aufwendigere Schriftbild bei dem Wort „Paläste“ die Bedeutung des jeweiligen Wortes unterstreichen, jedoch handelt es sich um gängige Blockschrift bzw. Schreibschrift ohne weitere charakteristische Merkmale. Allein die bogenförmige Verlängerung des Aufstrichs beim Buchstaben „P“ genügt nicht, um einen über die sachliche Aussage der Angabe „**Hütten** & *Paläste*“ hinausgehenden schutzfähigen Gesamteindruck zu bewirken.

Werner

Dr. Schnurr

Heimen

Fa/Me