



BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 15/14

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2011 011 230.4

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 6. August 2015 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Knoll, der Richterin Kriener sowie des Richters Schmid

beschlossen:

Auf die Beschwerde des Anmelders werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 36 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 20. März 2012 und vom 19. Juni 2012 aufgehoben, soweit die Anmeldung in Bezug auf folgende Dienstleistungen zurückgewiesen worden ist:

Klasse 35:

Durchführung von Auktionen und Versteigerungen, auch im Internet; Organisation und Durchführung von Werbeveranstaltungen; Produktion von Werbefilmen; Publikation von Druckerzeugnissen (auch in elektronischer Form) für Werbezwecke; Sponsorensuche; Sponsoring in Form von Werbung; Werbung; Sammeln und Zusammenstellen von themenbezogenen Presseartikeln;

Klasse 36:

Finanzielle Förderung; finanzielles Sponsoring; Sammeln von Spenden für Dritte; Sammeln von Spenden für Wohltätigkeitszwecke

Klasse 41:

Aus- und Fortbildungs- sowie Erziehungsberatung; Ausbildung; Auskünfte über Freizeitaktivitäten; Berufsberatung; Betrieb eines Internats; Coaching; Durchführung von pädagogischen Prüfungen; Fernunterricht; Organisation und Durchführung von Seminaren, Workshops [Ausbildung] und Wettbewerben [Erziehung und Unterhaltung]; Organisation und Veranstaltung von Kolloquien, Konferenzen, Kongressen und Symposien; pädagogische Beratung; Publikation von Druckerzeugnissen (auch in elektronischer Form), ausgenommen Werbezwecke; religiöse Erziehung; Schulung;

Klasse 44:

Dienstleistungen eines Arztes; Dienstleistungen eines Psychologen; Dienstleistungen von Erholungs- und Genesungsheimen; Dienstleistungen von Kliniken; therapeutische Betreuung und ärztliche Versorgung; sozialpädagogische Betreuung auch Einzelbetreuung; psychosoziale Betreuung und Beratung;

Klasse 45

Organisation von religiösen Veranstaltungen; Übernahme von Behördengängen für Dritte; Übernahme von Vormundschaften und Patenschaften; Vermittlung von Patenschaften; von Dritten erbrachte persönliche und soziale Dienstleistungen betreffend individuelle Bedürfnisse.

Gründe

I.

Das Wortzeichen

Das kunterbunte Kinderzelt

ist am 6. April 2011 zur Eintragung als Marke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Markenregister für die mit Schreiben vom 15. September 2011 wie folgt gefassten Dienstleistungen angemeldet worden:

Klasse 35:

Durchführung von Auktionen und Versteigerungen, auch im Internet; Organisation und Durchführung von Werbeveranstaltungen; Produktion von Werbefilmen; Publikation von Druckerzeugnissen (auch in elektronischer Form) für Werbezwecke; Sponsorensuche; Sponsoring in Form

von Werbung; Werbung; Sammeln und Zusammenstellen von themenbezogenen Presseartikeln;

Klasse 36:

Finanzielle Förderung; finanzielles Sponsoring; Sammeln von Spenden für Dritte; Sammeln von Spenden für Wohltätigkeitszwecke;

Klasse 41:

Aus- und Fortbildungs- sowie Erziehungsberatung; Ausbildung; Auskünfte über Freizeitaktivitäten; Berufsberatung; Betrieb eines Clubs [Unterhaltung oder Unterricht]; Betrieb eines Internats; Betrieb von Sportanlagen; Betrieb von Feriencamps [Unterhaltung]; Betrieb von Kindergärten [Erziehung]; Betrieb von Sportcamps; Coaching; Demonstrationsunterricht in praktischen Übungen; Dienstleistungen bezüglich Freizeitgestaltung; Durchführung von pädagogischen Prüfungen; Durchführung von Live-Veranstaltungen; Fernunterricht; Organisation und Durchführung von kulturellen und sportlichen Veranstaltungen, Seminaren, Workshops [Ausbildung] und Wettbewerben [Erziehung und Unterhaltung]; Organisation und Veranstaltung von Kolloquien, Konferenzen, Kongressen und Symposien; pädagogische Beratung; Publikation von Druckerzeugnissen (auch in elektronischer Form), ausgenommen Werbezwecke; religiöse Erziehung; Schulung;

Klasse 44:

Dienstleistungen eines Arztes; Dienstleistungen eines Psychologen; Dienstleistungen von Erholungs- und Genesungsheimen; Dienstleistungen von Kliniken; therapeutische Betreuung und ärztliche Versorgung; sozialpädagogische Betreuung auch Einzelbetreuung; psychosoziale Betreuung und Beratung;

Klasse 45

Organisation von religiösen Veranstaltungen; Übernahme von Behördengängen für Dritte; Übernahme von Vormundschaften und Patenschaften; Vermittlung von Patenschaften; von Dritten erbrachte persönliche und soziale Dienstleistungen betreffend individuelle Bedürfnisse.

Mit den Beschlüssen vom 20. März 2012 und vom 19. Juni 2012 hat die Markenstelle für Klasse 36 des DPMA die unter der Nummer 30 2011 011 230.4 geführte Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft und eines bestehenden Freihaltebedürfnisses zurückgewiesen. In Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen handele es sich lediglich um einen beschreibenden Hinweis auf den Ort (Kinderzelt) und die Beschaffenheit des Ortes (kunterbunt), an dem die Dienstleistungen erbracht würden und zwar dahingehend, dass sie in einem für Kinder geeigneten und bestimmten farbigen Veranstaltungszelt stattfänden. Die Eintragung eines derart beschreibenden Zeichens sei nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ausgeschlossen und diese Wortfolge könnten die angesprochenen Verkehrskreise zudem nicht als betriebskennzeichnendes Merkmal eines bestimmten Anbieters auffassen.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde des Anmelders. Bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft sei nach der ständigen Rechtsprechung grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, d. h. jede noch so geringe Unterscheidungskraft reiche aus, um das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zu überwinden. Nur wenn das angemeldete Zeichen nicht einmal ein Mindestmaß an Unterscheidungskraft aufweise, läge das Eintragungshindernis vor. Die Annahme der Markenstelle, wonach die angemeldete Marke lediglich ein beschreibender Hinweis auf den Ort und die Beschaffenheit der Leistungserbringung sei, treffe nicht zu. Bei einer Kinderhilfsorganisation, die den Namen „Das kunterbunte Kinderzelt“ trage, gingen die angesprochenen Verkehrskreise nicht davon aus, dass die „Wohltätigkeiten“ in einem Zelt erbracht würden. Ebenso verkenne die Mar-

kenstelle, dass die Begriffe „Kunterbunt“ und „Kinderzelt“ metaphorisch gemeint seien, wobei der Begriff „kunterbunt“ als Synonym für „durcheinander, bunt, Allerlei, chaotisch“ oder „vermischt“ stehe und damit die große Vielfalt der wohltätigen Dienstleistungen des Anmelders sowie die Vielfalt der Wohltätigkeitsempfänger symbolisiere und ebenso die Individualität der Kinder widerspiegele. Der Begriff „Zelt“ symbolisiere die Aufgabe, die sich der Anmelder zum Ziel gesetzt habe, nämlich Kindern ein „Dach“ zu bieten und damit ein Zuhause zu schaffen, sie zu fördern und so insgesamt zu einer Verbesserung der Lebenssituation der Kinder beizutragen. Die Bezeichnung „Das kunterbunte Kinderzelt“ sei im übertragenen Sinne zu verstehen und eine einprägsame und originelle Umschreibung der humanitären Dienstleistungserbringung des Anmelders. Einen die Dienstleistungen beschreibenden Hinweis dahingehend, dass es sich um Leistungen handele, die sich mit Zirkuszelten beschäftigten und/oder deren Dienstleistungserbringung ausschließlich in Zelten erfolge, enthalte das angemeldete Wortzeichen jedenfalls nicht. Daher bestünde in Bezug auf die angemeldete Marke kein Freihaltebedürfnis i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG und fehle auch nicht die erforderliche Unterscheidungskraft. Der Anmelder verweist auf die aus seiner Sicht vergleichbare Eintragung der Marke „Brot für die Welt“ (Wort/Bildmarken 399 05 960, 30 2010 028 601 und 399 12 598).

Der Anmelder hat mit Schreiben vom 7. Mai 2015 auf den gerichtlichen Hinweis vom 28. April 2015 auf die nachfolgenden Dienstleistungen der Klasse 41 „Betrieb eines Clubs [Unterhaltung oder Unterricht]; Betrieb von Sportanlagen; Betrieb von Feriencamps [Unterhaltung]; Betrieb von Kindergärten [Erziehung]; Betrieb von Sportcamps; Demonstrationsunterricht in praktischen Übungen; Dienstleistungen bezüglich Freizeitgestaltung; Durchführung von Live-Veranstaltungen; Organisation und Durchführung von kulturellen und sportlichen Veranstaltungen“, hinsichtlich derer der Senat Bedenken bezüglich der Schutzfähigkeit dargelegt hatte, verzichtet.

Der Anmelder und Beschwerdeführer beantragt sinngemäß,

die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 36 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 20. März 2012 und vom 19. Juni 2012 aufzuheben, soweit die Eintragung in Bezug auf die aktuell nach der Teilrücknahme der Anmeldung gemäß Schriftsatz vom 7. Mai 2015 noch beanspruchten Dienstleistungen zurückgewiesen worden ist.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf die angefochtenen Beschlüsse der Markenstelle, die Schriftsätze des Anmelders und auf den übrigen Akteninhalt verwiesen.

II.

Die zulässige Beschwerde hat auch in der Sache Erfolg.

Entgegen der Auffassung der Markenstelle stehen der angemeldeten Marke für die aktuell noch beanspruchten Dienstleistungen der Klassen 35, 36, 41, 44 und 45 keine Schutzhindernisse nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 und Nr. 1 MarkenG entgegen. Deshalb waren die angefochtenen Beschlüsse insoweit aufzuheben.

Nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG sind Marken von der Eintragung ausgeschlossen, welche ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, die im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Menge, der Bestimmung, des Wertes, der geografischen Herkunft, der Zeit der Herstellung der (beanspruchten) Waren oder der Erbringung der (beanspruchten) Dienstleistungen oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale der Waren oder Dienstleistungen dienen können. Die mit Art. 3 Abs. 1 Buchst. c Markenrichtlinie übereinstimmende Regelung des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG verfolgt vor allem das im Allgemeininteresse liegende Ziel,

dass Zeichen oder Angaben, die Merkmale der beanspruchten Waren beschreiben können, von allen frei verwendet werden können. Sie erlaubt es daher nicht, dass solche Zeichen und Angaben infolge ihrer Eintragung nur einem Unternehmen vorbehalten werden. Entscheidendes Kriterium für den Ausschluss der Eintragung ist allein die Eignung einer Bezeichnung zur beschreibenden Verwendung (vgl. EuGH GRUR 1999, 723 Rn. 25, 30, 32 – Chiemsee; GRUR 2004, 146 Rn. 31 f. – DOUBLEMINT; BGH GRUR 2012, 272 Rn. 9, 17 – Rheinpark-Center Neuss).

Für die Beurteilung der Eignung als beschreibende Angabe ist auf das Verständnis des Handels und/oder des normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers als maßgebliche Verkehrskreise abzustellen (vgl. EuGH a. a. O. Rn. 29 – Chiemsee; GRUR 2006, 411 Rn. 24 – Matratzen Concord). Ist die Eignung für die Beschreibung von Merkmalen der beanspruchten Produkte festgestellt, setzt das Eintragungsverbot des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG keinen weiteren Nachweis voraus, dass und in welchem Umfang sie als beschreibende Angabe bereits im Verkehr bekannt ist oder verwendet wird (vgl. EuGH a. a. O. Rn. 30 – Chiemsee; a. a. O. Rn. 32 – DOUBLEMINT, GRUR 2004, 674 Rn. 98 – Postkantoor).

Anhaltspunkte dafür, dass die noch beanspruchten Dienstleistungen typischer Weise in einem Zelt erbracht werden oder aus Sicht der angesprochenen Verbraucher in sonstiger Weise mit einem kunterbunten Zelt im Zusammenhang stehen, fehlen. Mit der Markenstelle ist zwar davon auszugehen, dass die Wortfolge „**Das kunterbunte Kinderzelt**“ in allgemein verständlicher Art und Weise dergestalt einen sachlich beschreibenden Bezug zu Dienstleistungen aufweisen kann, als solche typischerweise in einem Zelt erbracht werden können oder eine solche Erbringung naheliegend ist und damit in üblicher Art und Weise der Veranstaltungsort bezeichnet werden kann.

Allerdings ist nicht erkennbar und haben die Ergebnisse einer vom Senat durchgeführten ergänzenden Recherche auch nichts dazu ergeben, dass die noch in

Rede stehenden Dienstleistungen der Klassen 35, 36, 41, 44 und 45 in naheliegender Weise in einem „kunterbunten Kinderzelt“ erbracht werden.

Die Dienstleistungen der Klasse 35 wie die „Produktion von Werbefilmen, Publikation von Druckerzeugnissen, Sammeln und Zusammenstellen von themenbezogenen Presseartikeln“ und die der Klasse 36 beispielsweise die „Finanzielle Förderung, finanzielles Sponsoring; Sammeln von Spenden für Dritte“ können zwar zum Teil themenbezogen sein und „Kinder“ als Schwerpunktthema beinhalten bzw. „Kinder“ als speziell Begünstigte oder Nutznießer fungieren. Ebenso können auch die Dienstleistungen der Klasse 44 (Dienstleistungen eines Arztes und Psychologen, der Kliniken und Erholungs-/Genesungsheime) und der Klasse 45 speziell auf die Bedürfnisse von Kindern ausgerichtet sein und sich an diese, ebenso wie die verbleibenden Dienstleistungen der Klasse 41, an Kinder als konkrete Zielgruppe richten. Die angemeldete Wortfolge „Das kunterbunte Kinderzelt“ vermittelt auch assoziativ zwar eine Verbindung zu der Zielgruppe „Kinder“, ist aber durch die konkrete Zusammenstellung des bestimmten Artikels, des Adjektivs „kunterbunt“ und des Substantivs „Zelt“ im Sinn eines „(kunter)bunten Zelts für Kinder“ nicht in allgemeiner Art und Weise und übergreifend so zu verstehen, dass sie die so bezeichneten Dienstleistungen generell als für Kinder geeignet oder bestimmt sachlich beschreibt.

Mangels unmittelbar beschreibenden Bedeutungsgehalts ist in Bezug auf die in Rede stehenden Dienstleistungen das Vorliegen des Schutzhindernisses des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG zu verneinen.

Auch fehlt der Wortfolge nicht jegliche Unterscheidungskraft. Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einem Zeichen innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als betrieblicher Herkunftshinweis aufgefasst zu werden. Denn die Hauptfunktion einer Marke liegt darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. BGH, GRUR 2014, 569 Rn. 10 – HOT; GRUR 2013, 731 Rn. 11 – Kaleido; GRUR 2012, 1143 Rn. 7 – Starsat; GRUR 2012, 270 Rn. 8 – Link economy; GRUR 2010, 1100 Rn. 10 – TOOOR!; GRUR 2010, 825 Rn. 13 – Marlene-Dietrich-Bildnis II;

GRUR 2006, 850, 854 Rn. 18 – FUSSBALL WM 2006). Auch das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft ist im Lichte des zugrundeliegenden Allgemeininteresses auszulegen, wobei dieses darin besteht, die Allgemeinheit vor ungerechtfertigten Rechtsmonopolen zu bewahren (vgl. EuGH, GRUR 2003, 604 Rn. 60 – Libertel; BGH, GRUR 2014, 565 Rn. 17 – Smartbook). Bei der Beurteilung von Schutzhindernissen ist maßgeblich auf die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise abzustellen, wobei dies alle Kreise sind, in denen die fragliche Marke Verwendung finden oder Auswirkungen haben kann. Dabei kommt es auf die Sicht des normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers im Bereich der einschlägigen Waren und Dienstleistungen (vgl. EuGH, GRUR 2006, 411 Rn. 24 – Matratzen Concord/Hukla; GRUR 2004, 943, 944 Rn. 24 – SAT 2; GRUR 2004, 428 Rn. 30 f. – Henkel; BGH, GRUR 2006, 850 – FUSSBALL WM 2006) zum Zeitpunkt der Anmeldung des Zeichens an (vgl. BGH, GRUR 2013, 1143, 1144 Rn. 15 – Aus Akten werden Fakten; GRUR 2014, 872 Rn. 10 – Gute Laune Drops; GRUR 2014, 482 Rn. 22 – test; EuGH, MarkenR 2010, 439 Rn. 41 - 57 – Flugbörse).

Es ist davon auszugehen, dass erst mehrere gedankliche Zwischenschritte erforderlich sind, um in der Wortfolge eine sachliche Umschreibung oder symbolische Bezeichnung „einer bunt gemischten Welt für Kinder“ zu sehen. Eine solche analytische Betrachtungsweise ist aber auch im Rahmen der Beurteilung der Unterscheidungskraft unzulässig, weil sich daraus keine in den Vordergrund drängende, für den Durchschnittsverbraucher ohne weiteres ersichtliche Beschreibung des Inhalts von Waren oder Dienstleistungen ergibt (vgl. hierzu auch BGH GRUR 2012, 270 Rn. 12 – Link economy; GRUR 2012, 1143 Rn 10 – Starsat; GRUR 2014, 483 Rn 11 - test). Insoweit ist mangels eines im Vordergrund stehenden beschreibenden Sachgehalts sowie eines engen beschreibenden sachlichen Bezugs zu den noch beanspruchten Dienstleistungen nicht von einer fehlenden Unterscheidungskraft der Wortfolge auszugehen.

Nach alledem war der angefochtene Beschluss insoweit aufzuheben, als die Anmeldung noch weiterverfolgt wird.

Knoll

Schmid

Kriener

Hu