

BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 64/00

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 398 58 701.9

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 14. November 2000 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Winkler, des Richters v. Zglinitzki und der Richterin am Amtsgericht Dr. Hock

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I

Beim Deutschen Patentamt (seit dem 1. November 1998 "Deutsches Patent- und Markenamt") ist am 13. Oktober 1998 die Wortbildmarke

siehe Abb. 1 am Ende

für die Waren

"Teppiche"

zur farbigen (Farben: orange, gelb, grün, blau) Eintragung in das Register angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 27 hat die Anmeldung durch den von einem Mitglied des Patentamts erlassenen Beschluß vom 13. Dezember 1999 gemäß §§ 8 Abs 2 Nr 1 und 2, 37 Abs 1 MarkenG wegen fehlender Unterscheidungskraft sowie wegen eines Freihaltungsbedürfnisses an einer beschreibenden Angabe mit der Begründung zurückgewiesen, die Anmeldemarke sei sprachüblich aus den Wörtern "KINDER" und "LAND" zusammengesetzt und stelle im Zusammenhang mit den

beanspruchten Waren eine aus sich heraus verständliche, schlagwortartig beschreibende Bezeichnung für eine Verkaufsstätte mit dem Hinweis auf die sachliche und thematische Ausrichtung der Zielgruppe "KINDER" dar. Bei der graphischen Ausgestaltung der angemeldeten Marke handele es sich um eine gebräuchliche Werbegraphik, die keinerlei eigentümliche Besonderheiten aufweise. Das Publikum sei an die besonders gebräuchliche Werbep Praxis der Wiedergabe üblicher Schrifttypen in unterschiedlichen auffälligen Farben gewöhnt und sehe hierin keine herkunftskennzeichnende Eigenart.

Mit ihrer Beschwerde gegen diese Entscheidung des Patentamts beantragt die Anmelderin,

den angefochtenen Beschluß aufzuheben.

Der Senat hat der Anmelderin mit Zwischenbescheid vom 2. Oktober 2000 einige Ermittlungsunterlagen übersandt - eine Internet-Recherche bezüglich der Begriffe "Kinderteppich" und "Kinderland" sowie Auszüge aus der Zeitschrift "WOHNEN & MEHR Die Zeitschrift für Raumkultur" 1/98 und 1/99, aus dem IKEA-Katalog 2000, Abschnitt "IKEA Kinderwelt" und aus den "Kibek Teppich-Katalogen" 1998/1999, 1999/2000 - und insbesondere darauf hingewiesen, daß es naheliege, die Bezeichnung "KINDERLAND" ohne weiteres lediglich als glatte Bestimmungsangabe aufzufassen.

Daraufhin trägt die Anmelderin nunmehr vor, den Ermittlungsunterlagen sei zu entnehmen, daß es "Kinderteppiche" gebe und der Begriff "Kinderland" einen Raum oder sonstigen Bereich bezeichne, der eigens für Kinder gestaltet und für den Aufenthalt von Kindern vorgesehen sei. Dies werde auch nicht in Abrede gestellt. Daraus folge jedoch nicht zwingend, daß der Begriff "Kinderland" - zumindest in der konkreten farblichen Ausgestaltung - für Teppiche, einschließlich Kinderteppiche, beschreibend sei. der Begriff "Kinderland" sei in seinem

Sinngehalt derart umfassend, daß man einen Teppich, auch einen "Kinderteppich" nicht als "Kinderland" bezeichnen könne.

II

Die Beschwerde ist unbegründet.

Der Senat folgt im Ergebnis der Beurteilung der Markenstelle des Patentamts, daß die angemeldete Wortbildmarke "KINDERLAND" von der Eintragung ausgeschlossen ist, weil ihr die absoluten Schutzhindernisse des Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft sowie des Freihaltungsbedürfnisses an einer beschreibenden Angabe gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG entgegenstehen. Die Markenstelle hat die Anmeldung somit zu Recht gemäß § 37 Abs 1 MarkenG zurückgewiesen.

Die Wortkombination "KINDERLAND" der Anmeldemarke stellt nicht nur einen sprachüblich gebildeten und allgemein verständlichen Ausdruck, sondern auch - wie der Senat nachgewiesen hat - einen bereits gebräuchlichen Begriff dar. Der Begriff "Kinderland" kann zwar durchaus - wovon die Markenstelle maßgeblich ausgegangen ist - als beschreibende Bezeichnung der besonderen Art von Verkaufsstätten dienen, die in ihrem Sortimentsangebot auf eigens für Kinder bestimmte Produkte wie Spielzeug, Ausstattungen für Kinderzimmer etc spezialisiert sind (vgl zB auch BPatG, Beschluß vom 23. Juli 1997 - 26 W (pat) 85/96 - LEDERLAND - mwN; Beschluß vom 20. Februar 1998 - 33 W (pat) 142/97 - HolzLand - mwN). Der in der "HOUSE OF BLUES"-Entscheidung des Bundesgerichtshofes (GRUR 1999, 988 f) als wesentlich angesehene Gesichtspunkt einer Verkaufsstättenbezeichnung spielt hier jedoch für die Beurteilung der Schutzfähigkeit der angemeldeten Marke keine Rolle. Denn der im allgemeinen Sprachgebrauch übliche Bedeutungsumfang des Begriffs "Kinderland" erweist sich darüber hinaus als erheblich weiter, weil er auch andere Räume und sonstige Bereiche umfaßt, die speziell für Kinder gestaltet und für den Aufenthalt von Kindern vorgesehen sind. Dies bestreitet die Anmelderin ebenso wie die vom Senat nachgewie-

sene Tatsache, daß im Handel üblicherweise besondere, kindlichen Bedürfnissen und Wunschvorstellungen entsprechend hergestellte Teppiche, sogenannte "Kinderteppiche" angeboten werden, auch nicht mehr.

Die Ansicht der Anmelderin, einen Teppich und selbst einen Kinderteppich könne man nicht als "Kinderland" bezeichnen, beschränkt sich jedoch unzureichend auf den zu engen Aspekt einer Beschaffenheitsangabe und läßt außer Betracht, daß nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG Bestimmungsangaben ebenso Freihaltungsbedürftig sind. Im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren werden die angesprochenen Verkehrskreise die Bezeichnung "KINDERLAND" nämlich ohne weiteres lediglich als rein beschreibenden Hinweis auf den Verwendungszweck der Teppiche, insbesondere der Kinderteppiche, zur Ausstattung für ein KINDERLAND - Kindergarten, Kinderheim, Kinderhort, Kinderzimmer, Kindertagesstätte, Kinderabteilung etc - auffassen.

Soweit die Anmelderin meint, die farbliche Ausgestaltung der angemeldeten Bezeichnung "KINDERLAND" sei unterscheidungskräftig, vermag der Senat dieser Ansicht nicht zu folgen. Da die Anmelderin die farbige Eintragung beantragt, ist die Farbgebung zwar ein (graphischer) Bestandteil der Marke (vgl BPatG GRUR 1997, 285 f = BPatGE 37, 98, 100 f - VISA-Streifenbild), aber die Beurteilung, ob durch die Farbgestaltung die erforderliche Unterscheidungskraft hervorgerufen wird, bestimmt sich nach dem Gesamteindruck der Marke unter Einbeziehung aller sonstiger Elemente. Daher besitzt eine besondere Farbgestaltung bei einer einfachen Bildmarke eher eine kennzeichnende Funktion (vgl BPatG aaO, - VISA-Streifenbild) als bei einem farblich dargestellten Markennamen. Stellt der Wortbestandteil einer Marke, wie im vorliegenden Fall, eine glatt beschreibende Angabe dar, so kann die Unterscheidungskraft der Marke in ihrer Gesamtheit nur dann bejaht werden, wenn ihre graphische Gestaltung einen phantasievollen "Überschuß" in dem Sinne aufweist, daß angenommen werden kann, der Verkehr sehe in der bildlichen Ausgestaltung allein oder in dem von ihr mitbestimmten Gesamteindruck der Marke eine betriebliche Herkunftskennzeichnung (vgl BPatG

GRUR 1996, 410, 411 - Color COLLECTION). Dies setzt aber voraus, daß die schriftbildliche Wiedergabe oder die sonstige Gestaltung der Markennörter eigenartig und prägnant ist (vgl BGH GRUR 1991, 136 f - NEW MAN). Bei der angemeldeten Marke ist dies jedenfalls nicht der Fall.

Denn die farbige Gestaltung der angemeldeten Bezeichnung "KINDERLAND" erschöpft sich in der Wiedergabe der einzelnen einfachen Druckbuchstaben jeweils in den Farben der Folge rot (orange) - gelb-grün - blau. Eine derartig schlichte Farbgestaltung eines wörtlichen Begriffes wird vom Verkehr bloß als nebensächlich und beliebig ausschmückende Wiedergabe ohne jeden unternehmerischen Individualisierungseffekt angesehen. Sie ist auch gerade auf dem vorliegenden Warengbiet, das besonders gern der kindlichen Farbenfreude Rechnung trägt, werbeüblich, wie beispielsweise die in gleicher Weise farbig gestalteten Überschriften "Hits zum Höhlenbau" und "COLOR FOR KIDS" deutlich zeigen (vgl WOHNEN & MEHR 1/98, S 58/59; 1/99, S 56/57).

Winkler

Dr. Hock

v. Zglinitzki

Cl

Abb. 1

