



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 48/07

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die angemeldete Marke 305 77 147.7

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am
17. April 2007 durch ...

beschlossen:

Die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 18 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 14. August 2006 und 29. November 2006 werden aufgehoben.

Gründe

I

Die Markenstelle für Klasse 18 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit den im Tenor genannten Beschlüssen die Anmeldung der Wortmarke

Hunter

für die Waren

„Lederwaren, soweit in Klasse 18 enthalten; Taschen;
Bekleidungsstücke und Schuhwaren sowie Kopfbedeckungen;
Gürtel;
Futtermittel/Tiernahrung und Getränke für Haustiere“

nach § 37 Abs. 1, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG als nicht unterscheidungskräftige Angabe zurückgewiesen, weil der als „Jäger“ verständliche englischsprachige Begriff „Hunter“ nur als beschreibender Hinweis auf die Zielgruppe der beanspruchten Waren und damit nicht als betrieblicher Herkunftshinweis verstanden werde.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, mit der sie beantragt,

die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 18 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 14. August 2006 und 29. November 2006 aufzuheben.

Sie schränkt das Warenverzeichnis wie folgt ein:

„Lederwaren, soweit in Klasse 18 enthalten, nämlich Aktentaschen, Bekleidungsstücke für Haustiere, ausgenommen Jagdhunde; Brieftaschen, Campingtaschen, Einkaufstaschen, Schlüsseltuis, Geldbörsen, Koffer, Hand- und Reisetaschen, Kleidersäcke, ausgenommen Jägerbedarfsartikel;

Bekleidungsstücke und Schuhwaren sowie Kopfbedeckungen, ausgenommen Jagdbekleidung, Jagdschuhe, Jagdkopfbedeckungen; Gürtel;

Futtermittel/Tiernahrung und Getränke für Haustiere, sämtliche Waren ausgenommen für Jagdhunde“.

Insoweit hält sie die Anmeldemarke für schutzfähig, weil der Begriff „Hunter“ sie nicht beschreiben könne.

II

Die nach § 66 MarkenG zulässige Beschwerde ist begründet. Die angemeldete Kennzeichnung ist nach der zulässigen Beschränkung des Warenverzeichnisses für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht wegen Fehlens jeglicher

Unterscheidungskraft im Sinn des § 37 Abs. 1, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen.

Unterscheidungskraft ist nach der ständigen Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs (vgl. EuGH MarkenR 2003, 187, 190 [Rz. 41] - Gabelstapler, WRP 2002, 924, 930 [Rz. 35] – Philips/Remington) und des Bundesgerichtshofs (vgl. BGH GRUR 2000, 502, 503 – St. Pauli Girl; GRUR 2000, 720, 721 – Unter Uns) die Eignung, von den Abnehmern, an welche sich die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen richten, als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Unter Berücksichtigung des grundsätzlich gebotenen großzügigen Maßstabs (st. Rspr., vgl. BGH, GRUR 1995, 408 [409] - PROTECH; BGH GRUR 2001, 413, 415 - SWATCH) kann hier nicht festgestellt werden, dass die durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen (vgl. EuGH GRUR 2003, 604, 605 – Libertel; GRUR 2004, 943, 944 – SAT. 2) Abnehmer in „Hunter“ keinen Hinweis mehr auf die Herkunft der beanspruchten Waren aus einem *bestimmten* Unternehmen sehen, sondern nur eine für diese Waren im Vordergrund stehende Beschreibung (vgl. BGH GRUR 2001, 1151, 1153 - marktfrisch; GRUR 2003, 1050, 1051 – City-Service; BGH, GRUR 2001, 162, 163 m. w. N. – RATIONAL SOFTWARE CORPORATION).

Zwar bezeichnet das zum englischen Grundwortschatz gehörende englische Wort „Hunter“ sowohl „Jäger“ als auch - wie die Anmelderin selbst vorgetragen hat - „Jagdhunde“. Als die beanspruchten Waren beschreibende Angabe kommt die angemeldete Kennzeichnung aber nach der Einschränkung des Warenverzeichnisses nicht mehr in Betracht, weil nunmehr sämtliche Waren, die mit der Jagd in Zusammenhang stehen können, ausdrücklich vom Schutzbereich ausgenommen sind. Die Einschränkung ist auch unter Berücksichtigung der Postkantor-Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs (vgl. EuGH GRUR 2004, 674, 679 [Rz. 114 f.]) zulässig, weil es sich bei den Ausnahmen um Beschränkungen der

vom Markenschutz erfassten Produkte auf im Markt üblicherweise klar abgegrenzte Einzelwaren handelt.

Für die nach der Einschränkung des Warenverzeichnisses verbliebenen Einzelwaren kommt die Anmeldemarke nicht (mehr) als unmittelbar beschreibende Angabe in Betracht. Zwar können diese Waren auch bei oder anlässlich einer Jagd Verwendung finden, weil es beispielsweise niemandem unbenommen ist, mit einem Smoking auf die Jagd zu gehen, oder die Waren der Klasse 31 auch Jagdhunden zu verabreichen; die Verbraucher werden aber, sobald sie die Anmeldemarke als Kennzeichnung dieser Waren wahrnehmen, kaum auf die Idee kommen, dass diese an sich für den allgemeinen Verkehr bestimmten Waren ausschließlich oder vorrangig für die Jagdausübung oder für Jagdhunde bestimmt sind. Damit liegt es näher, die Anmeldemarke als Hinweis auf die Herkunft der gekennzeichneten Waren aus einem bestimmten Unternehmen und damit als Marke und nicht nur als bloßen Sachhinweis auf ein bestimmtes Zielpublikum aufzufassen. Folglich kann der Anmeldemarke aber nicht (mehr) jegliche Unterscheidungskraft i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG für die noch beanspruchten Waren abgesprochen werden.

Mangels eines die noch beanspruchten Waren beschreibenden Begriffsinhalts steht der Eintragung der angemeldeten Kennzeichnung auch nicht das Eintragungshindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen, weil sie nicht in zumindest einer ihrer möglichen Bedeutungen (vgl. EuGH, MarkenR 2004, 450, 453 [Rz. 32] – DOUBLEMINT) ausschließlich aus Zeichen oder Angaben besteht, die im Verkehr zur Bezeichnung von Merkmalen der Waren oder Dienstleistungen dienen können (vgl. hierzu BGH GRUR 1999, 1093, 1094 – FOR YOU; GRUR 2000, 211, 232 – FÜNFER), die hinreichend eng mit einer Ware oder Dienstleistung selbst in Bezug stehen (vgl. BGH GRUR 2005, 417, 419 – Berlin Card). Der Eintragung der Anmeldemarke steht daher nicht das im Allgemeininteresse liegende Ziel entgegen, dass Zeichen oder Angaben, die Merkmale der angemeldeten Waren bzw. Dienstleistungen beschreiben, von allen Unternehmen

frei verwendet werden und nicht aufgrund ihrer Eintragung als Marke zugunsten eines Unternehmens monopolisiert werden können (vgl. EuGH GRUR 1999, 723, 725 Rn. 25 – CHIEMSEE; GRUR 2004, 680, 681 Rn. 35, 36 – BIOMILD).

Damit sind auf die Beschwerde der Anmelderin die Beschlüsse der Markenstelle aufzuheben.

gez.

Unterschriften