



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 157/01

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die angemeldete Marke 399 14 115.4

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts durch die Vorsitzende Richterin Dr. Schermer, die Richterin Friehe-Wich sowie den Richter Schwarz am 1. April 2003

beschlossen:

Auf die Beschwerde des Anmelders werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 24. Mai 2000 und vom 3. August 2001 aufgehoben.

Gründe

I

Die Wortmarke

Boarder King

soll für

"Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen; Snowboards, Skateboards, Skateboard-Rollen; Taschen und Rucksäcke"

in das Register eingetragen werden.

Die Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat mit zwei Beschlüssen vom 24. Mai 2000 und 3. August 2001, von denen einer im Erinnerungsverfahren erging, die Anmeldung wegen mangelnder Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Die angesprochenen Verkehrskreise würden die angemeldete Marke in Verbindung mit den beanspruchten Waren nur im Sinne von "hervorragender Kenner und Könnler der Boarderszene" und damit als bloßen Hinweis auf einen Anbieter einschlägiger Waren auf dem Bekleidungs-, Schuhwaren- und Sportartikel-Sektor verstehen. Auch der Zeichenbestandteil "King" führe nicht zur Schutzfähigkeit, da er sich in einer reinen Warenanpreisung erschöpfe und Mar-

kenanmeldungen mit diesem Bestandteil vielfach zurückgewiesen worden seien. Der weitere Hinweis des Anmelders auf Marken wie "Burger King" oder "Döner King" oder die markenmäßige Verwendung von Bezeichnungen wie "The King of Rock ´n´ Roll" oder "The King of Swing" für bekannte Musikstars sei ebenfalls unbehelflich, da nicht ersichtlich sei, dass der Anmelder im Verkehr als "Boarder King" bekannt sei.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde des Anmelders. Seiner Ansicht nach berücksichtigen die angefochtenen Beschlüsse nicht ausreichend, dass das Wort "Boarder" eine mehrfache Bedeutung habe; selbst wenn man es allein auf Sportarten beziehe, sei es nicht eindeutig, da es viele Sportaktivitäten unter Verwendung eines "Boards" gebe.

II

Der zulässigen Beschwerde konnte der Erfolg in der Sache nicht versagt bleiben, weil der Eintragung der angemeldeten Marke keine Schutzhindernisse, insbesondere nicht das Hindernis mangelnder Unterscheidungskraft (§ 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG) entgegenstehen.

Allerdings ist der Zeichenbestandteil "Boarder" in Verbindung mit den beanspruchten Waren entgegen der Ansicht des Anmelders keineswegs mehrdeutig. Ob der Verkehr einem Markenwort einen eindeutigen Aussagegehalt zu entnehmen vermag, kann niemals losgelöst von den jeweiligen Waren beantwortet werden, weil eine Marke dem Verkehr niemals in Alleinstellung, sondern stets in Verbindung mit konkreten Produkten begegnet. Die Semantik, also der Bedeutungsgehalt, eines Wortes ist aber nach den gesicherten Erkenntnissen der modernen Sprachwissenschaft nicht - wozu die Verwendung von Lexika irrtümlich verleiten mag - absolut festgelegt; vielmehr bestimmt sich die Bedeutung eines Wortes immer nur aus dem Kontext, in dem es gebraucht wird; zu diesem Kontext wiederum gehören alle Umstände, in denen es verwendet wird. Es ist daher fernliegend, das etwa an ei-

nem Skateboard angebrachte Wort "boarder" im Sinne von "Schachbrett" aufzufassen.

Entgegen der Auffassung der Markenstelle kann dem angemeldeten Zeichen aber das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft deshalb nicht abgesprochen werden, weil es nicht nur aus dem beschreibenden Bestandteil "boarder" besteht, sondern mit dem weiteren Element "King" zu einem Gesamtbegriff verschmolzen ist, der den vom Anmelder genannten, auf eine ganz bestimmte Person bzw einen bestimmten Geschäftsbetrieb hinweisenden Bezeichnungen wie "Burger King", "Döner King", "The King of Rock 'n' Roll" oder "The King of Swing" durchaus vergleichbar ist. Zwar werden die angesprochenen Verbraucher den aus allseits bekannten Wörtern des englischen Grundwortschatzes zusammengesetzten Gesamtbegriff "Boarder King" wohl in dem Sinne von "Board-König" oder "König der Boarder (Boardfahrer)" übersetzen. Es ist aber weder erkennbar, dass dieser Begriff bislang zur gattungsmäßigen Bezeichnung der Anbieter entsprechender Bekleidungs-, Schuh-, Taschen- und Sportprodukte üblich geworden ist, noch, dass der Verkehr ihm Angaben über Merkmale der beanspruchten Waren entnehmen wird. Denn anders als etwa der Begriff "Star" oder "Champion" hat sich der Begriff "King" nicht als personifizierender Sachhinweis auf eine besonders herausgehobene Qualität von Waren eingebürgert (so 26 W (pat) 183/92 - KING; 29 W (pat) 162/94 - PaperKing; 29 W (pat) 176/94 - PAPERKING, sämtlich veröffentlicht auf der PAVIS-CD-ROM), sondern wird im allgemeinen nur in Bezug auf Personen verwendet. Schon deshalb entbehrt die angemeldete Bezeichnung in Verbindung mit einem Snowboard, Skateboard oä nicht jeglicher Eigenart. Für die angesprochenen Verbraucherkreise liegt es auch relativ fern, die Bezeichnung "Boarder-King" bei warenbezogener Verwendung als beschreibend anpreisenden Hinweis auf den Hersteller oder Anbieter im Sinne eines Kings auf seinem Gebiet aufzufassen. Begegnet der Verbraucher der personenbezogenen Kennzeichnung "Boarder-King" auf der Ware, wird er sich im allgemeinen selbst angesprochen fühlen und die Vorstellung haben, er sei ein King bzw werde mit den betreffenden Boards sportlich wie ein Spitzenkönner (King) unter den Boardern fah-

ren. Im Hinblick auf die somit mehrdeutigen diffusen Assoziationen, die die angemeldete Bezeichnung hervorruft, kann ihr das erforderliche geringe Maß an Unterscheidungskraft nicht abgesprochen werden.

Auch für die Annahme eines Freihaltungsbedürfnisses nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG bestehen mangels konkreter Nachweise für die Gebräuchlichkeit von "King" als Beschaffenheits- oder Qualitätshinweis für eine Ware keine ausreichenden Anhaltspunkte. Eine andere Beurteilung mag bei der Verwendung des Begriffs "King" für eine Herstellungs- oder Verkaufsstätte in Betracht kommen, weil sich die Bezeichnung "King" für einen Hersteller oder Anbieter unter Umständen eher anbietet als für eine Ware. Ein insoweit möglicherweise bestehendes Freihaltungsbedürfnis erstreckt sich nach den Grundsätzen der "HOUSE OF BLUES" - Entscheidung (BGH GRUR 1999, 988) aber nicht auf die in der Herstellungs- oder Verkaufsstätte angebotenen Waren.

Da die Markenstelle somit der Anmeldemarke mit den angefochtenen Beschlüssen zu Unrecht die Eintragung versagt hat, waren diese auf die Beschwerde des Anmelders aufzuheben.

Dr. Schermer

Friehe-Wich

Schwarz

Pü