



BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 14/05

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 304 02 731.6

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts unter
Mitwirkung ...

in der Sitzung vom 6. Dezember 2006

beschlossen:

1. Auf die Beschwerde des Anmelders wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 23. November 2004 insoweit aufgehoben, als die Anmeldung für die Waren

„Compact-Disks; Diapositive; Filme (belichtet); Leuchtschilder; Mäuse (Datenverarbeitung); Oberschalen für Mobiltelefone; Smartcards (Karten mit integrierten Schaltkreisen); Sonnenbrillen; Telefonapparate; Videokassetten; Anzüge; Badeanzüge; Badehosen; Bademäntel; Bademützen, Badesandalen; Badeschuhe; Bandanas (Tücher für Bekleidungs-zwecke); Baskenmützen; Bekleidung aus Leder; Bekleidung aus Lederimitat; Bekleidung für Autofahrer; Bekleidungsstücke aus Papier; Bekleidungsstücke, soweit in Klasse 25 enthalten; Boas (Bekleidung); Bodysuits (Teddies, Bodies); Büstenhalter; Damenkleider; Einlegesohlen; Faschings-, Karnevalskostüme; Fausthandschuhe; Fußballschuhe; Gürtel (Bekleidung); Halbschuhe; Halbstiefel (Stiefeletten); Halstücher; Handschuhe (Bekleidung); Hausschuhe; Hemdblusen; Hemden; Hemd-Höschen-Kombinationen (Unterbekleidung); Hosen, soweit in Klasse 25 enthalten; Hosenträger; Hüftgürtel; Hüte, Jacken; Jerseykleidung; Kleidertaschen (vorgefertigt); Kopfbedeckungen; Krawatten; Lederbekleidung; Mäntel; Morgenmäntel; Mützen; Mützenschirme; Oberbekleidungsstücke; Overalls; Pantoffeln; Parkas; Pelze (Bekleidung); Pullover; Pyjamas; Radfahrerbekleidung; Regenmäntel; Röcke; Sandalen; Schals; Schlafanzüge; Schlüpfen; Schuhe, soweit in Klasse 25 enthalten; Schürzen; Slips; Socken; Sportschuhe (Halbschuhe); Stiefel; soweit in Klas-

se 25 enthalten; Stirnbänder (Bekleidung); Stoffschuhe (Espadrillos); Strandanzüge; Strandschuhe; Sweater; Trikotkleidung; Trikots; T-Shirts; Überzieher (Bekleidung); Uniformen; Unterbekleidungsstücke; Unterhosen; Unterwäsche; Westen, soweit in Klasse 25 enthalten“

zurückgewiesen wurde.

2. Im Übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die am 19. Januar 2004 angemeldete Wortmarke

GERMAN CLUB

ist für folgende Waren und Dienstleistungen bestimmt.

Compact-Disks; Diapositive; Filme (belichtet); Leuchtschilder; Mäuse (Datenverarbeitung); Oberschalen für Mobiltelefone; Smartcards (Karten mit integrierten Schaltkreisen); Sonnenbrillen; Telefonapparate; Videokassetten; Anzüge; Badeanzüge; Badehosen; Bademäntel; Bademützen; Badesandalen; Badeschuhe; Bandanas (Tücher für Bekleidungszwecke); Baskenmützen; Bekleidung aus Leder; Bekleidung aus Lederimitat; Bekleidung für Autofahrer; Bekleidungsstücke aus Papier; Bekleidungsstücke, soweit in Klasse 25 enthalten; Boas (Bekleidung); Bodysuits (Teddies, Bodies); Büstenhalter; Damenkleider; Einlegesohlen; Fa-

schings-, Karnevalskostüme; Fausthandschuhe; Fußballschuhe; Gürtel (Bekleidung); Halbschuhe; Halbstiefel (Stiefeletten); Halstücher; Handschuhe (Bekleidung); Hausschuhe; Hemdblusen; Hemden; Hemd-Höschen-Kombinationen (Unterbekleidung); Hosen, soweit in Klasse 25 enthalten; Hosenträger; Hüftgürtel; Hüte; Jacken; Jerseykleidung; Kleidertaschen (vorgefertigt); Kopfbedeckungen; Krawatten; Lederbekleidung: Mäntel; Morgenmäntel; Mützen; Mützenschirme; Oberbekleidungsstücke; Overalls; Pantoffeln; Parkas; Pelze (Bekleidung); Pullover; Pyjamas; Radfahrerbekleidung; Regenmäntel; Röcke; Sandalen; Schals; Schlafanzüge; Schlüpfer; Schuhe, soweit in Klasse 25 enthalten; Schürzen; Slips; Socken; Sportschuhe (Halbschuhe); Stiefel, soweit in Klasse 25 enthalten; Stirnbänder (Bekleidung); Stoffschuhe (Espadrillos); Strandanzüge; Strandschuhe; Sweater; Trikotkleidung; Trikots; T-Shirts; Überzieher (Bekleidung); Uniformen; Unterbekleidungsstücke; Unterhosen; Unterwäsche; Westen, soweit in Klasse 25 enthalten; Betrieb einer Diskothek; Betrieb einer Modellagentur für Künstler; Betrieb von Tonstudios; Dienste von Unterhaltungskünstlern; Dienstleistungen eines Ton- und Fernsehstudios; Durchführung von Live-Veranstaltungen; Durchführung von Spielen im Internet; Filmproduktion; Herausgabe von Texten (ausgenommen Werbetexte); Herausgabe von Verlags- und Druckereierzeugnissen in elektronischer Form, auch in Intranetzen und im Internet; Herausgabe von Zeitschriften und Büchern in elektronischer Form, auch in Intranetzen und im Internet; Montage und Bearbeitung von Videobändern; Multimedia-Dienstleistungen, nämlich Produktion von Multimedia-Präsentationen; Musikdarbietungen; Organisation und Veranstaltung von Events, nämlich von kulturellen und/oder sportlichen Veranstaltungen; Organisation von Messen; Ausstellungen, Kongressen und Seminaren für Kultur- und Unterhaltungszwecke; Party-Planung (Unterhaltung);

Platzreservierungen für Unterhaltungsveranstaltungen; Produktion von Shows; Rundfunk- und Fernsehunterhaltung; Ticketverkauf; Unterhaltung; Veranstaltung von Ausstellungen für kulturelle oder Unterrichtszwecke; Veranstaltung von Bällen; Veranstaltung von Schönheitswettbewerben; Veranstaltung von Unterhaltungsshows; Veranstaltung von Wettbewerben (Unterhaltung); Vermietung von Audiogeräten; Vermietung von Beleuchtungsgeräten für Bühnenausstattung und Fernsehstudios; Vermietung von Bühnendekoration; Vermietung von Theaterdekoration; Vermietung von Tonaufnahmen; Videofilmproduktion.

Die mit einer Beamtin des gehobenen Dienstes besetzte Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung nach vorangegangener Beanstandung durch Beschluss vom 23. November 2004 als nicht unterscheidungskräftig zurückgewiesen. Der angesprochene, mit der englischen Sprache vertraute Verkehr entnehme der angemeldeten Bezeichnung in der Gesamtheit lediglich den unmittelbar beschreibenden Hinweis, dass solche Waren und Dienstleistungen angeboten würden, welche von irgendeinem Verein/Club in Deutschland stammten. Ein betriebsindividualisierender Herkunftshinweis werde nicht gegeben.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde des Anmelders.

Zwar bereite das inhaltliche Verständnis der englischsprachigen Bezeichnung „GERMAN CLUB“ (i. S. v. Deutscher Klub) dem angesprochenen Verkehr keine Schwierigkeiten, jedoch werde deshalb nicht zwingend auf die deutsche Herkunft der Waren oder der Dienstleistungsangebote seitens irgendeines Clubs in Deutschland geschlossen. Das Adjektiv „GERMAN“ beziehe sich auf „CLUB“, nicht aber auf die Waren und Dienstleistungen. Eine unmittelbare waren- und dienstleistungsbeschreibende Angabe stelle „GERMAN CLUB“ nicht dar.

Wegen sonstiger Einzelheiten wird auf den Akteninhalt verwiesen.

II.

Die Beschwerde des Anmelders ist, da sie vor dem 31. Dezember 2004 eingelegt wurde, ohne vorherige Erinnerung statthaft und auch sonst zulässig (§ 66, § 165 Abs. 4 a. F. MarkenG). In der Sache hat sie teilweise (bezüglich der Waren in den Klassen 9 und 25) Erfolg, im Übrigen (bezüglich der Dienstleistungen in Klasse 41) ist sie wegen fehlender Unterscheidungskraft der angemeldeten Bezeichnung zurückzuweisen.

Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden (vgl. EuGH GRUR 2006, 233, 235, Nr. 45 - Standbeutel; BGH GRUR 2006, 850, 854, Rn. 18, 19 - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard). Bei Wortmarken ist nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs von fehlender Unterscheidungskraft auszugehen, wenn der Marke ein für die beanspruchten Waren im Vordergrund stehender beschreibender Sinngehalt zugeordnet werden kann, oder wenn es sich um ein gebräuchliches Wort bzw. eine Wortfolge der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache handelt, das (die) vom Verkehr, etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung, stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird (st. Rspr.; vgl. BGH a. a. O., FUSSBALL WM 2006; GRUR 2003, 1050 - Cityservice).

Wie der Anmelder selbst einräumt, bereitet die Übersetzung und das Verständnis der englischsprachigen Wortfolge „GERMAN CLUB“ (i. S. v. deutscher Club, deutscher Verein) dem angesprochenen inländischen Verkehr keine Schwierigkeiten. Für sämtliche beanspruchten Dienstleistungen in Klasse 41 liegt ein unmittelbar

beschreibender Bedeutungsgehalt nahe, und zwar gerade auch bei angemessener Berücksichtigung des Umstands, dass der Begriff „Club“ mehrere Bedeutungen aufweist, nämlich sowohl einen Verein bzw. eine gesellschaftliche oder gesellige Vereinigung bezeichnen kann, als auch einen gastronomischen Betrieb, vor allem mit Musik- und sonstigen Unterhaltungsangeboten.

Für Dienstleistungen, welche sich in irgendeiner Weise auf Unterhaltungsangebote beziehen - und das ist nach der Fassung des Verzeichnisses hinsichtlich der Klasse 41 die große Mehrheit - liegt deshalb die Annahme nahe, diese würden im Rahmen eines (deutschen) Clubs erbracht oder seien speziell für solche Clubs bestimmt. Verlags- und Druckereierzeugnisse, auch in elektronischer Form, werden vielfach über Clubs vertrieben, so dass auch für Dienstleistungen, die sich auf die Herstellung, Veröffentlichung und Vermittlung derartiger Publikationen beziehen, keine Unterscheidungskraft gegeben ist (vgl. BGH GRUR 2003, 342 - Winnetou). Entsprechendes gilt für Messen, Ausstellungen, Kongresse und Seminare für kulturelle Zwecke, die von einem derartigen Club ausgerichtet werden können. Der Verkehr wird somit davon ausgehen, die beanspruchten Dienstleistungen würden von einem (beliebigen) Club in Deutschland erbracht werden bzw. seien für solche Clubs bestimmt. In der angemeldeten Bezeichnung wird er insoweit nicht den Hinweis auf die Herkunft aus einem (einigen) Geschäftsbetrieb sehen.

Für die beanspruchten Waren in den Klassen 9 und 25 ist dagegen ein unmittelbar produktbezogenes Verständnis in maßgeblichen Publikumskreisen nicht ohne Weiteres zu erwarten. Die Annahme, dass die betreffenden Erzeugnisse nur für deutsche Clubs (in jeder der aufgezeigten Bedeutungen) geeignet oder bestimmt sind oder ausschließlich über solche bezogen werden können, liegt nicht wirklich nahe. Auch dass mit der Angabe „GERMAN CLUB“ mittelbar ein Qualitätshinweis gegeben werden soll (auf hochwertige Erzeugnisse aus deutscher Produktion), erschließt sich für inländische Verbraucherkreise in keiner Weise. Zwar mag auf dem Bekleidungssektor der Begriff „Club-Stil“ (und somit auch „Club“ in Alleinstellung) eine - freihaltebedürftige - Fachbezeichnung darstellen; diese Beurteilung gilt

aber nicht für die angemeldete Gesamtbezeichnung, da ein spezieller deutscher Club-Stil für bestimmte Bekleidungsstücke nicht bekannt ist, mithin „GERMAN CLUB“ für Waren der Klasse 25 nicht als Beschaffenheitsangabe dienen kann.

Die angemeldete Bezeichnung unterliegt von daher keinem Freihaltebedürfnis (i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG) und entbehrt nicht des notwendigen Mindestmaßes an betriebskennzeichnender Hinweiskraft (gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG), so dass der Beschwerde hinsichtlich der beanspruchten Waren stattzugeben ist.

gez.

Unterschriften