



# BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 44/07

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 305 16 458.9**

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 18. September 2007 durch Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, Richter Dr. van Raden und Richter Schwarz

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Markeninhaberin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 28 vom 27. September 2006 aufgehoben.

## Gründe

### I.

Die Markenstelle für Klasse 28 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat nach vorangegangener Beanstandung mit dem angefochtenen Beschluss die Anmeldung der Wort-/Bildmarke



für die Waren

„Sporttaschen; Reisekoffer und -taschen; Reisetaschen zum Transport von Golfschlägern; Bekleidungsstücke; Kopfbedeckungen; Schuhwaren; Handschuhe; Schutzhauben für Golfschläger; Golfsporthandschuhe“

wegen Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zurückgewiesen. Der Verkehr erkenne in der ohne weiteres verständlichen Bezeichnung „GOLFCOUTURE“ lediglich den Hinweis, dass es sich bei den so benannten Waren um eine besondere Konfektion für den Golfsport handele. Der

Bildbestandteil der im Schattenriss dargestellten Golfspieler stelle einen einfachen symbolischen Hinweis auf die Bestimmung der Waren dar. Damit könne der angemeldeten Marke eine betriebliche Herkunftsfunktion nicht beigemessen werden.

Gegen diesen Beschluss wendet sich die Anmelderin mit ihrer Beschwerde, mit der sie begehrt,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

Sie hält die angemeldete Marke aufgrund der konkreten Kombination der verschiedenen Elemente für schutzfähig. Schon der Wortbestandteil sei nicht ausschließlich beschreibend, da das Wort „couture“ in Deutschland nur in der Verbindung „haute couture“ bekannt sei. Hinzu komme die ungewöhnliche Gestaltung der comicartig dargestellten Figuren mit Hüten anstelle der üblichen Golfkappen.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die Beschwerde ist zulässig und begründet. Der Schutzgewährung für die konkret beanspruchte Marke steht weder fehlende Unterscheidungskraft noch ein Freihaltungsbedürfnis entgegen (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG), so dass der angegriffene Beschluss auf die Beschwerde hin aufzuheben war.

In ihrer Gesamtheit fehlt der angemeldeten Marke nicht jegliche Unterscheidungskraft, weil ihr unter Zugrundelegung des gebotenen großzügigen Maßstabs (st. Rspr., vgl. BGH GRUR 1995, 408 [409] - PROTECH; BGH GRUR 2001, 413, 415 - SWATCH) letztlich die Eignung nicht abgesprochen werden kann, von den Abnehmern, an welche sich die beanspruchten Waren richten, als Unterscheidungsmittel gegenüber solchen Waren anderer Unternehmen aufgefasst zu wer-

den (st. Rspr., vgl. EuGH MarkenR 2003, 187, 190 [Rz. 41] - Gabelstapler, WRP 2002, 924, 930 [Rz. 35] - Philips/Remington; BGH GRUR 2000, 502, 503 - St. Pauli Girl; GRUR 2000, 720, 721 - Unter Uns). Entgegen der Ansicht der Markenstelle werden die durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen (vgl. EuGH GRUR 2003, 604, 605 - Libertel; GRUR 2004, 943, 944 - SAT.2) Abnehmer nämlich in der Anmeldemarke aufgrund ihrer ganz konkreten grafischen Ausgestaltung einen Hinweis auf die Herkunft der beanspruchten Waren aus einem bestimmten Unternehmen sehen, so dass sie zwar nicht aufgrund ihrer Wortelemente und der einzelnen verwendeten grafischen Gestaltungsmittel, wohl aber aufgrund der konkreten Anordnung ihrer einzelnen grafischen Elemente und des sich hieraus ergebenden bildlichen Gesamteindrucks im Sinne einer reinen Bildmarke schutzfähig ist.

Der Wortbestandteil „GOLFCOUTURE“ enthält einen deutlichen Hinweis auf die Bestimmung der so gekennzeichneten Waren. Insoweit genügt es zur Feststellung mangelnder Unterscheidungskraft dieses Bestandteils der angemeldeten Marke, dass der Verkehr ihn als einen Sachhinweis versteht, weil eine solche Bezeichnung dann nicht mehr als betrieblicher Herkunftshinweis verstanden werden kann. Allein der klare Bedeutungsgehalt von „GOLFCOUTURE“ macht diesen Wortbestandteil für sich betrachtet zu einer dem Markenschutz nicht zugänglichen Bezeichnung, wie die Markenstelle unter Bezugnahme auf die maßgebliche höchstrichterliche Rechtsprechung zutreffend festgestellt hat. Diesen Ausführungen schließt sich der Senat in vollem Umfang an. Allein aus dem Wortbestandteil könnten daher nach Ansicht des Senats keine Rechte geltend gemacht werden.

Bei der gebotenen Betrachtung der Marke in ihrer Gesamtheit sind die Bildbestandteile zu berücksichtigen. Die für sich betrachtet möglicherweise nicht sonderlich originellen und im Rahmen der üblichen Darstellungen von Golfspielern liegenden Bildbestandteile sind in der vorliegenden Marke doppelt, und zwar spiegelbildlich, vorhanden und umrahmen den Wortbestandteil. Nach Auffassung des Senats ist dieser Gestaltung insgesamt nicht jegliches Mindestmaß an Unter-

scheidungskraft abzusprechen. Denn gerade die konkrete Ausgestaltung der Golfspieler mit ihrer konkreten hutförmigen Kopfbedeckung in spiegelsymmetrischer Anordnung, bei der die umrahmenden Figuren nahezu doppelt so groß dargestellt sind wie die hochgestellten Einzelbuchstaben des Wortbestandteils, erscheint hinreichend eigentümlich, um sich dem Verkehr als betriebliches Unterscheidungs mittel einzuprägen. Damit fehlt der Marke jedenfalls in genau der grafischen Merkmalskombination, in der sie beansprucht wird, nicht jegliches Mindestmaß an Unterscheidungskraft, so dass sie in dieser Form schutzfähig ist.

Anhaltspunkte dafür, dass Mitbewerber genau diese Kombination der Markenbestandteile benötigen könnten, um ihre entsprechenden Waren zu kennzeichnen (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG), sind nicht ersichtlich.

Dr. Albrecht

Schwarz

Dr. van Raden

Fa