



BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 553/12

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2011 041 325.8

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 15. Juli 2013 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Knoll, der Richterin Grote-Bittner und des Richters Metternich

beschlossen:

Die Beschwerde der Anmelderin wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Wortkombination

Dream Team

ist am 28. Juli 2011 zur Eintragung als Wortmarke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Markenregister für Waren der Klasse 30 angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 30 des Deutschen Patent- und Markenamts, besetzt mit einem Beamten des gehobenen Dienstes, hat diese unter der Nummer 30 2011 041 325.8 geführte Anmeldung nach einer zunächst auf alle beanspruchten Waren bezogenen Beanstandung mit Beschluss vom 17. April 2012 teilweise zurückgewiesen, nämlich in Bezug auf die nachfolgend genannten Waren, die Gegenstand der von der Anmelderin dagegen erhobenen Beschwerde sind:

Zuckerwaren, Schokolade und Schokoladenwaren, feine Backwaren, Speiseeis.

Die Markenstelle geht davon aus, dass die angemeldete Wortkombination in Bezug auf diese Waren keine Unterscheidungskraft aufweist (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG). Diese Wortkombination habe die Bedeutung „Traumteam, ideal zusammengesetztes Team/Gespann“ und sei in dieser Bedeutung auch in den deutschen Sprachgebrauch eingegangen. Sie sei positiv besetzt und werde mittlerweile inflationär in der Werbung und vielen anderen Bereichen verwendet. Die Markenstelle verweist insoweit auf die dem Beanstandungsbescheid vom 9. September 2011 beigefügten Belege (Bl. 5 – 23 der Patentamtsakte) und weitere Rechercheergebnisse, die der Anmelderin mit dem Zurückweisungsbeschluss übermittelt wurden (Bl. 46 – 60 der Patentamtsakte). Diese Belege

könnten eine entsprechende Verwendung auch im hier einschlägigen Warenbereich belegen. Der Verkehr werde der Wortkombination „Dream Team“ im Zusammenhang mit den zurückgewiesenen Waren lediglich entnehmen, dass deren Bestandteile bzw. Inhaltsstoffe optimal aufeinander abgestimmt seien bzw. sich traumhaft zu einem Geschmackserlebnis ergänzten. Die dem Verkehr geläufige Wortkombination „Dream Team“ weise auch keine ungewöhnliche Struktur und keine Originalität oder Prägnanz auf, die ein Mindestmaß an Interpretationsaufwand erfordere oder bei den angesprochenen Verkehrskreisen einen Denkprozess auslöse, sondern stelle eine für den Verkehr sofort erfassbare Sachaussage in Bezug auf die zurückgewiesenen Waren dar. Die angemeldete Wortkombination werde vom Verkehr lediglich als werblicher, schlagwortartiger Sachhinweis aufgefasst, zumal der Verkehr im Bereich der Süßwaren daran gewöhnt sei, dass Werbeaussagen die jeweiligen Produkte zwar nicht mit größter sprachlicher Exaktheit beschreiben, gleichwohl erkennbar als bloße Anpreisungen und nicht als Hinweis auf die betriebliche Herkunft dieser Waren verwendet würden.

Aus Sicht der Anmelderin ist die Wortkombination „Dream Team“ hinsichtlich der von der Markenstelle zurückgewiesenen Waren schutzfähig. Diese Wortkombination gehöre nicht zur deutschen Umgangssprache, wobei es auch keinen feststehenden Begriff „Dream Team“ gebe, sondern es seien insoweit verschiedene Schreibweisen festzustellen (zwei Wörter mit oder ohne Bindestrich oder zusammengeschrieben in einem Wort). Die von der Markenstelle ermittelten Belege repräsentierten auch nicht den allgemeinen Sprachgebrauch, sondern bezögen sich auf Bemühungen, sich im Internet möglichst originell auszudrücken. Die angemeldete Wortkombination stelle keinen Slogan und kein Werbeschlagwort und auch kein geläufiges und alltägliches Wort der deutschen oder einer bekannten Sprache dar, dessen Eintragung als Marke schlechthin ausgeschlossen sei. Aus den lexikalischen Belegen der Markenstelle sei ersichtlich, dass sich die angemeldete Wortkombination ausschließlich auf eine Gruppe von Menschen beziehe, aber keinesfalls Gegenstände oder Sachen erfasse. Als Bezeichnung von Waren oder sonstigen Produkten aller Art sei die angemeldete Wortkombination kein Bestandteil der deutschen Umgangssprache. Die Belege der Markenstelle ließen

keinen Bezug zwischen dieser Wortkombination und den zurückgewiesenen Waren erkennen. Die Bezeichnung „Dream Team“ stelle jedenfalls in Bezug auf diese Waren keine beschreibende Angabe dar, sondern komme in der Umgangssprache lediglich im Zusammenhang mit Sportgeschehen und Sportmannschaften vor und stelle auch keine besondere Beziehung hinsichtlich der zurückgewiesenen Waren her. Es handele sich auch nicht um ein produktunabhängiges, auf beliebige Waren und Dienstleistungen beziehbares Werbeschlagwort wie „prima“ oder „billig“. Vielmehr erschließe sich die Bedeutung von „Dream Team“ nicht sofort und ohne weiteres Nachdenken, sondern es bedürfe hierzu in Zusammenhang mit den zurückgewiesenen Waren mehrerer Gedankenschritte. Zudem handele es sich um eine kurze, prägnante, mehrdeutige und interpretationsbedürftige Wortfolge, die Unterscheidungskraft aufweise.

Die Anmelderin beantragt (sinngemäß),

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 30 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 17. April 2012 aufzuheben, soweit die Anmeldung zurückgewiesen worden ist.

Ihren hilfsweise gestellten Antrag auf Durchführung einer mündlichen Verhandlung hat die Anmelderin mit Schriftsatz vom 17. Juni 2013 zurückgenommen, nachdem der Senat der Anmelderin einen eingehend begründeten Hinweis zu den Erfolgsaussichten der vorliegenden Beschwerde erteilt hat. Der bereits anberaumte Termin zur mündlichen Verhandlung vom 4. Juli 2013 ist daraufhin aufgehoben worden.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den angefochtenen Beschluss der Markenstelle, die Schriftsätze der Anmelderin und den übrigen Akteninhalt verwiesen.

II.

Die Beschwerde ist zulässig, insbesondere statthaft (§§ 66 Abs. 1 Satz 1, 64 Abs. 6 Satz 1 MarkenG). Sie ist jedoch unbegründet. Entgegen der Auffassung der Anmelderin weist die angemeldete Wortkombination „Dream Team“ in Bezug auf die beschwerdegegenständlichen Waren der Klasse 30 keine Unterscheidungskraft auf (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG), so dass die Markenstelle die Anmeldung insoweit zu Recht zurückgewiesen hat (§ 37 Abs. 1, Abs. 5 MarkenG).

Unterscheidungskraft ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als betrieblicher Herkunftshinweis aufgefasst zu werden. Denn die Hauptfunktion einer Marke liegt darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. u. a. EuGH GRUR 2004, 428, Tz. 30, 31 - Henkel; BGH GRUR 2006, 850, Tz. 17 - FUSSBALL WM 2006). Keine Unterscheidungskraft besitzen insbesondere Bezeichnungen, denen der Verkehr im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnet (vgl. BGH 2006, 850, Tz. 19 - FUSSBALL WM 2006; EuGH GRUR 2004, 674, Tz 86 - Postkantoor). Darüber hinaus fehlt die Unterscheidungskraft u.a. aber auch solchen Angaben, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Produkte zwar nicht unmittelbar betreffen, mit denen aber ein enger beschreibender Bezug zu dem betreffenden Produkt hergestellt wird (BGH –FUSSBALL WM 2006 a.a.O.).

Jedenfalls unter dem letztgenannten Gesichtspunkt fehlt der angemeldeten Wortfolge im Zusammenhang mit den beschwerdegegenständlichen Waren „Zuckerwaren, Schokolade und Schokoladenwaren, feine Backwaren, Speiseeis“ jegliche Unterscheidungskraft i.S.d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Die bereits von der Markenstelle eingeführten Belege lassen ohne weiteres den Schluss zu, dass die aus den zum Grundwortschatz der englischen Sprache gehörenden Wörtern „Dream“ (übersetzt „Traum“) und „Team“ (übersetzt „Mannschaft“) gebildete Wortkombination „Dream Team“ auch im Inland vielfach verwendet wird und auch von breiten

Verkehrskreisen i.S.v. „Traummannschaft bzw. Traumteam bzw. ideales / ideal zusammengesetztes Team / Gespann“ ohne die geringsten Verständnisprobleme erfasst wird. Insbesondere ersetzt das englische Wort „Team“ als Synonym regelmäßig den deutschsprachigen Begriff „Mannschaft“ und ist insoweit Bestandteil der deutschen Alltags- und Gegenwartssprache geworden.

Die Wortkombination „Dream Team“ wird nicht nur als Sachhinweis auf eine – ideal zusammengesetzte – Gruppe von Menschen (z.B. erfolgreiche Sportmannschaften) verwendet, sondern auch hinsichtlich der Zusammensetzung von Sachen, gerade auch im Bereich von kulinarisch in besonders schmackhafter Weise zusammengestellten Nahrungsmitteln, insbesondere auch im Süßwarenbereich. Insoweit kann zunächst auf die von der Markenstelle mit dem Beanstandungsbescheid vom 9. September 2011 (Bl. 5 bis 23 der Patentamtsakten 30 2011 041 325.8) und mit dem Zurückweisungsbeschluss vom 17. April 2012 (Bl. 55 bis 60 der Patentamtsakten) eingeführten Belege verwiesen werden. Weitere vom Senat ermittelte Belege zur Verwendung der Wortkombination „Dream Team“ im einschlägigen Warenbereich sind der Anmelderin als Anlagen 1 bis 3 zum Senatshinweis vom 10. Juni 2013 übermittelt worden (Bl. 37 ff. d.A.). Insoweit belegen vor allem die Anlagen 2 und 3 zum vorgenannten Senatshinweis (Bl. 39 und Bl. 40 d.A.) in anschaulicher Weise, dass die Wortkombination „Dream Team“ als schlagwortartige Anpreisung einer besonders schmackhaften oder auch raffinierten Zusammenstellung von Zutaten zu Schokoladeprodukten („Dream Team“ als Anpreisung einer Zusammenstellung von getrockneten Rosenblüten und Schokolade, Bl. 39 d.A.) und Speiseeis („Dream Team“ als Anpreisung einer Kombination verschiedener Schokoladeneiscremevarianten; Bl. 40 d.A.) nicht nur verwendet werden kann, sondern auch tatsächlich verwendet wird.

Nach alledem ist davon auszugehen, dass die von den beschwerdegegenständlichen Waren angesprochenen, breiten inländischen Verkehrskreise in der Wortkombination „Dream Team“ i.V.m. diesen Waren keinen betrieblichen Herkunftshinweis, sondern eine schlagwortartige Anpreisung in Bezug auf die Zusammensetzung oder Rezeptur dieser Waren erkennen werden. Soweit die An-

melderin in der Beschwerdebegründung vom 15. Februar 2013 sinngemäß die Auffassung äußert, dass es zahlreicher Gedankenschritte bedürfe, um von der Wortfolge zu einer Produktaussage zu kommen, ist diese Auffassung nicht zu teilen. Denn es ist insoweit auf den normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher abzustellen, dessen Verständnissfähigkeit nicht zu gering zu veranschlagen ist und der durchaus in der Lage ist, naheliegende Schlussfolgerungen zu ziehen. Die ist auch hier der Fall. Denn die o.g. Belege zeigen hinreichend, dass der Schluss auf eine rein anpreisende Sachaus-sage ohne betriebliche Herkunftsfunktion für den Verkehr durchaus nahe liegt, sogar sich geradezu aufdrängt.

Die von der Anmelderin genannte BGH-Entscheidung „Link Economy“ (GRUR 2012, 270) hält der Senat im Übrigen mit der vorliegenden Fallkonstellation ange-sichts der o.g. Feststellungen nicht für vergleichbar.

Die Beschwerde war nach alledem zurückzuweisen.

Knoll

Grote-Bittner

Metternich

Hu