



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 538/21

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2020 026 243.7

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 26. Januar 2022 durch die Vorsitzende Richterin Dr. Mittenberger-Huber, die Richterin Akintche und die Richterin Seyfarth

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 11 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 19. Mai 2021 aufgehoben.

Gründe

I.

Das Wortzeichen

Connected Drinking

ist am 2. Dezember 2020 zur Eintragung als Marke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register für die nachfolgend aufgeführten Waren angemeldet worden:

Klasse 7: Apparate zur Herstellung von sauerstoffhaltigen und kohlendioxidhaltigen Getränken; elektromechanische Apparate für die Zubereitung von Getränken;

Klasse 9: elektronische Datenbanken; bespielte Medien; Software; herunterladbare Softwareapplikationen; mobile Apps; Anwendungssoftware für mobile Applikationen;

Klasse 11: Wasserfilter; Wasserfiltergeräte und andere Wasseraufbereitungsgeräte mit und ohne Wasserkühlanlagen sowie mit und ohne Wasserzapfgeräte sowie mit und ohne Sauerstoffanreicherung oder Kohlensäureanreicherung für den Haushalt und für den Gewerbebetrieb; Getränkekühlapparate; Nachfüllpackungen und Filterpatronen mit Absorptionsmitteln und/oder Ionenaustauschern für Wasserfilter und andere Wasseraufbereitungsgeräte mit und ohne Wasserkühlanlagen sowie mit und ohne Wasserzapfgeräte sowie mit und ohne Sauerstoffanreicherung oder Kohlensäureanreicherung für den Haushalt und für den Gewerbebetrieb.

Mit Beschluss vom 19. Mai 2021 hat die Markenstelle für Klasse 11 des Deutschen Patent- und Markenamtes die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft gemäß §§ 37 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, das zum englischen Grundwortschatz gehörende Wort „connected“ werde von dem angesprochenen inländischen Verkehrskreis ohne weiteres im Sinne von „verbunden, verknüpft“ übersetzt und in einem technischen Zusammenhang als Hinweis auf die Verbundenheit mit einem Netzwerk verwendet. Den Gesamtbegriff „Connected Drinking“ verstehe der Verkehr im Sinne von „verknüpftes Trinken“ als sloganhafte beschreibende Wortfolge und im Zusammenhang mit den zurückgewiesenen Waren als Hinweis auf Anlagen und Zubehör zur Getränkeherstellung, welche mittels Software verbunden bzw. verknüpft werden.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, mit der sie sinngemäß beantragt,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 11 vom 19. Mai 2021 aufzuheben.

Der Verkehr erkenne bereits in den Einzelbestandteilen „Connected“ und „Drinking“ jeweils viele, sich unterscheidende Bedeutungen. Auch die Bedeutung des Gesamtbegriffes sei alles andere als klar. Die der Zurückweisung zugrunde gelegte Bedeutung „verknüpftes Trinken“ sei nicht eindeutig, da sich eine Vielzahl von weiteren Bedeutungen ergeben könnten, wie „gemeinschaftliches Trinken“, „angeschlossen trinkend“, „zusammengehörig saufend“, „zusammenhängend und saufend“ oder „Trinkverband“, „geklemmt drinkend“, „zusammengehöriges Saufen“ oder „beschaltet saufen“, wobei sich der Verkehr unter manchen Bedeutungen konkret etwas vorstellen könne, während manche Bedeutungen ihm als nicht sinnvoll erscheinen würden. Selbst wenn die Bedeutung „verknüpftes Trinken“ zugrunde gelegt werde, wiesen weder die einzelnen Zeichenbestandteile noch das für die Frage der Schutzfähigkeit maßgebliche Gesamtzeichen einen beschreibenden Inhalt in Bezug auf die relevanten Waren auf. Die in Klasse 7 angemeldeten Geräte zur Herstellung bzw. Zubereitung von Getränken würden durch „Connected Drinking“ nicht beschrieben, da diese weder etwas mit einer Verbindung zu tun hätten noch die Einnahme von Getränken beträfen. Auch die in den Klassen 9 und 11 beanspruchten Waren hätten keinerlei Bezug zum Trinken. Auch ein enger beschreibender Bezug zu den Waren liege angesichts der zahlreichen auseinanderliegenden Deutungen des Begriffs nicht vor. Allein, dass die Waren „auch“ etwas mit Wasser oder Getränken zu tun haben könnten, genüge hierfür nicht. Zudem spreche die Mehrdeutigkeit und die Interpretationsbedürftigkeit ebenso für eine Unterscheidungskraft wie die Tatsache, dass es sich um eine englischsprachige Wortfolge handele. Der Verkehr könne der fremdsprachigen Wortfolge keine konkrete Bedeutung zuordnen und würde eine Vielzahl von weiteren Bedeutungen in Betracht ziehen.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die nach §§ 66 Abs. 1, 64 Abs. 6 MarkenG zulässige Beschwerde hat auch in der Sache Erfolg. Der Eintragung des angemeldeten Wortzeichens stehen in Bezug auf die beanspruchten Waren keine Eintragungshindernisse gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG entgegen.

1. Das angemeldete Zeichen entbehrt nicht jeglicher Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, das die in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese Waren oder Dienstleistungen somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (EuGH MarkenR 2012, 304 Rn. 23 – Smart Technologies/HABM [WIR MACHEN DAS BESONDERE EINFACH]; GRUR 2010, 228 Rn. 33 – Audi AG/ HABM [Vorsprung durch Technik]; GRUR 2008, 608 Rn. 66 f. – EUROHYPO; BGH GRUR 2018, 932 Rn. 7 - #darferdas?, GRUR 2018, 301 Rn. 11 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2016, 934 Rn. 9 – OUI; GRUR 2015, 173 Rn. 15 – for you; GRUR 2013, 731 Rn. 11 – Kaleido; GRUR 2012, 1143 Rn. 7 – Starsat). Denn die Hauptfunktion der Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (EuGH a. a. O. – Audi AG/ HABM [Vorsprung durch Technik]; BGH a. a. O. - #darferdas?; a. a. O. – OUI). Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ein Eintragungshindernis begründet, ist ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe

Unterscheidungskraft genügt, um das Schutzhindernis zu überwinden (BGH a. a. O. – Pippi-Langstrumpf-Marke; a. a. O. – OUI). Ebenso ist zu berücksichtigen, dass der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in seiner Gesamtheit mit allen seinen Bestandteilen so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt, ohne es einer analysierenden Betrachtungsweise zu unterziehen (EuGH GRUR 2004, 428 Rn. 53 – Henkel; BGH a. a. O. Rn. 15 – Pippi-Langstrumpf-Marke; a. a. O. Rn. 10 – OUI; a. a. O. Rn. 16 – for you; GRUR 2014, 872 Rn. 13 – Gute Laune Drops).

Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft zum relevanten Anmeldezeitpunkt (BGH GRUR 2013, 1143 Rn. 15 – Aus Akten werden Fakten) sind einerseits die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen und andererseits die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise, wobei auf die Wahrnehmung des Handels und/oder des normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen ist (EuGH GRUR 2006, 411 Rn. 24 – Matratzen Concord/Hukla; GRUR 2004, 943 Rn. 24 – SAT 2; BGH WRP 2014, 449 Rn. 11 – grill meister).

Ausgehend hiervon besitzen Wortzeichen dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die angesprochenen Verkehrskreise lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (EuGH GRUR 2004, 674, Rn. 86 – Postkantoor; BGH GRUR 2012, 1143 Rn. 9 – Starsat; GRUR 2012, 270 Rn. 11 – Link economy) oder wenn diese aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache bestehen, die vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden (BGH GRUR 2016, 934 Rn. 12 – OUI; GRUR 2014, 872 Rn. 21 - Gute Laune Drops; GRUR 2014, 569 Rn. 26 - HOT; GRUR 2012, 1143 Rn. 9 - Starsat; GRUR 2012, 270 Rn. 11 - Link economy; GRUR 2010, 640 Rn. 13 - hey!; GRUR 2009, 952 Rn. 10 - DeutschlandCard). Darüber hinaus besitzen keine Unterscheidungskraft vor allem auch Zeichen, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten

Waren und Dienstleistungen zwar nicht unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu diesen hergestellt wird und deshalb die Annahme gerechtfertigt ist, dass der Verkehr den beschreibenden Begriffsinhalt als solchen ohne Weiteres und ohne Unklarheiten erfasst und in der Bezeichnung nicht ein Unterscheidungs mittel für die Herkunft der angemeldeten Waren oder Dienstleistungen sieht (BGH GRUR 2018, 301 Rn. 15 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2014, 569 Rn. 10 – HOT; GRUR 2012, 1143 Rn. 9 – Starsat; GRUR 2009, 952 Rn. 10 – DeutschlandCard). Dies gilt auch für ein zusammengesetztes Zeichen, das aus mehreren Begriffen besteht, die nach diesen Vorgaben für sich genommen schutzunfähig sind. Der Charakter einer Sachangabe entfällt bei der Zusammenfügung beschreibender Begriffe jedoch dann, wenn die beschreibenden Angaben durch die Kombination eine ungewöhnliche Änderung erfahren, die hinreichend weit von der Sachangabe weg führt (EuGH GRUR 2008, 608 Rn. 41 – EUROHYPO; GRUR 2004, 680 Rn. 37 – BIOMILD; BGH GRUR 2012, 270 R. 16 - Link economy).

Aus diesen, insbesondere den zuletzt genannten Gründen kann aufgrund der Kombination der Begriffe „Connected“ und „Drinking“ nicht mit der gebotenen Sicherheit festgestellt werden, dass das angemeldete Zeichen „**Connected Drinking**“ für die hier relevanten Waren als reine Sachangabe verstanden wird und ihm daher das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft entgegensteht.

a) Die verfahrensgegenständlichen Waren richten sich in erster Linie an den normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Endverbraucher, aber auch an das Fachpublikum.

b) Das angemeldete Wortzeichen setzt sich aus den Begriffen „Connected“ und „Drinking“ zusammen. Bei solchen aus mehreren Bestandteilen kombinierten Marken ist es zulässig, zunächst die Bestandteile getrennt zu betrachten, sofern die Beurteilung des Schutzhindernisses auf einer sich anschließenden Prüfung der

Gesamtheit dieser Bestandteile beruht (vgl. EuGH GRUR 2004, 943 - SAT.2; GRUR 2006, 229 – BioID; BGH, Beschluss vom 10.09.2020, I ZB 13/20 - Lichtmiete).

Bei dem Wort „Connected“ handelt es sich um die Passivform des zum englischen Grundwortschatzes gehörenden Verbs „to connect“ („verbinden“). Im Deutschen bedeutet es „verbunden“, wobei der Begriff zur Beschreibung des Zustandes von elektrischen Anlagen (vgl. „connected to power“, <https://www.linguee.de/englisch-deutsch/uebersetzung/connected+to+power+grid.html>), zur Beschreibung einer steifen Verbindung zwischen zwei mechanischen Bauteilen (vgl. „mechanically connected“, <https://www.linguee.com/english-german/translation/mechanically+connected.html>) aber auch zur Beschreibung eines menschlichen Gefühls (vgl. „to feel more connected to your purpose, to yourself, and to others“, <https://theblissfulmind.com/feel-connected/>) verwendet wird. Das ebenfalls dem englischen Grundwortschatz zugehörige Wort „Drinking“ bedeutet übersetzt „trinken“, also das Zusichnehmen von Getränken. Es ist davon auszugehen, dass die angesprochenen Verkehrskreise den einzelnen Zeichenbestandteilen jeweils unmittelbar die genannte Bedeutung beimessen. Das für die Schutzfähigkeitsprüfung maßgebliche Gesamtzeichen (EuGH a. a. O. Rn. 29 – BioID) erschöpft sich jedoch nicht in einer sprach- und werbeüblichen Aneinanderreihung beschreibender Angaben zu einem ohne weiteres verständlichen Sachbegriff.

Sofern die angesprochenen Verkehrskreise „Connected Drinking“ wörtlich mit „verbundenes Trinken“ übersetzen, bleibt der Sinngehalt dieser Begriffsbildung unklar und vage, da offenbleibt, worin diese Verbindung liegen soll. Die Wortfolge könnte z. B. auf eine Verbindung von Menschen beim Trinken in einer Gruppe hinweisen, also „gemeinsames Trinken“ bedeuten, bei dem man (persönlich oder virtuell) zusammensitzt. Zum einen konnte schon nicht festgestellt werden, dass der Begriff „Connected Drinking“ bzw. „verbundenes Trinken“ hierfür gebräuchlich ist oder in der Werbung genutzt wird, zum anderen liegt eine solche Bedeutung im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren nicht auf der Hand. Zudem eröffnet

die Zusammenstellung der Wortelemente einen gewissen Interpretationsspielraum. Es bedürfte mehrerer analytischer Zwischenschritte, um von dieser Bedeutung zu einem die beanspruchten Waren beschreibenden Sinngehalt, z. B. „verknüpfte Getränkeanlagen“ zu gelangen. Zunächst wird der Verkehr das Zeichen aufgliedern in „Connected“ und „Drinking“. Aus dem zweiten Wortbestandteil „Drinking“ als Tätigkeit müsste der Verkehr dann auf ein Getränk schließen, um im nächsten Schritt wiederum den Schluss von dem Getränk auf eine Anlage zur Getränkeherstellung zu ziehen. Anschließend müsste der Verkehr die beiden Begriffe wieder zusammenführen und könnte dann erst zu der Bedeutung „verbundene Getränkeanlagen“ kommen. Dieser Vorgang zeigt, dass sich ein verständlicher, einen Warenbezug aufweisender Sinngehalt – wenn überhaupt – erst nach mehreren Gedankenschritten ergibt.

Das Gleiche gilt, wenn man die Übersetzung „verknüpftes Trinken“ zugrunde legt. Bereits in der deutschen Sprache fehlt es an einem Hinweis, womit das Trinken verknüpft sein soll. Die Interpretation der Markenstelle, dass die mobilen Applikationen in Klasse 9 mit den beanspruchten Apparaten zur Getränkeherstellung der Klasse 7 und den Filter- und sonstigen Geräten in Klasse 11 verknüpft würden und der Begriff „Connected Drinking“ miteinander verbundene oder jeweils mit einem Programm verbundene Anlagen für die Herstellung von Getränken beschreibe, ist fernliegend. Zwar sind informationstechnische Verbindungen von Anlagen und Computern durchaus Stand der Technik (vgl. https://en.wikipedia.org/wiki/Connected_Devices). Soweit der Verkehr Wortkombinationen mit „connected“ kennt, beziehen sich diese jedoch in der Regel auf Gegenstände, wie z. B. „Connected Car“ für ein mit Internetzugang ausgestattetes Fahrzeug (vgl. https://de.wikipedia.org/wiki/Connected_Car), oder „connected shoes“, die mit einem Chip zur Messung von Tempo oder Distanz versehen sind (vgl. <https://www.laufen.de/d/connected-footwear-besser-laufen-mit-chip-im-schuh>). Des Weiteren kann der Begriff „connected“ auf ein Kooperationsnetzwerk hinweisen (vgl. <https://handwerkconnected.de/> : „Hier findest Du Partnerbetriebe aus dem baunahen Handwerk, mit denen Du kooperieren kannst“). Soweit die Verbindung von „connected“ mit einem Verb festzustellen war,

wie z. B. „connected living“ ergibt sich die Bedeutung im Bereich Smart Home unmittelbar aus dem Zusammenspiel von Bauen, Wohnen, Sicherheit, Energie etc. (vgl. <https://connected-living.org/>; <https://www.samsung.com/de/explore/life-hacks/connected-living/>). Nicht in diese Wortkombinationen einreihen lässt sich dagegen „Connected drinking“. Die einzige auf den ersten Blick vergleichbare Zusammensetzung „Connected Eating“, deren Bedeutung sich ebenfalls nicht unmittelbar erschließt, wird lediglich markenmäßig für ein bestimmtes Unternehmen, das Beratungsdienstleistungen bei Essstörungen anbietet, verwendet. Aus all den genannten Wortkombinationen mit „connected“ lässt sich somit kein entsprechendes Verständnis des Verkehrs dahingehend entnehmen, dass er das Anmeldezeichen in Bezug auf die beanspruchten Waren lediglich als Sachhinweis auffassen würde.

Die von der Markenstelle angenommene Bedeutung erschließt sich somit allenfalls nach einer detaillierten, analysierenden Betrachtung, die die angesprochenen Verkehrskreise, da sie nur kurzzeitig mit dem Zeichen konfrontiert sind, nicht vornehmen werden und die im Rahmen der Beurteilung der Unterscheidungskraft unzulässig ist (vgl. BGH GRUR 2014, 565 Rn. 24 – smartbook; GRUR 2012, 270 Rn. 12 – Link economy).

Dem Anmeldezeichen kann nach alledem das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft nicht abgesprochen werden.

b) Wegen der fehlenden Eignung zur unmittelbaren Beschreibung der in Rede stehenden Waren unterliegt das angemeldete Zeichen auch keinem Freihaltebedürfnis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG.

Der angegriffene Beschluss war daher aufzuheben.

Dr. Mittenberger-Huber

Akintche

Seyfarth