



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 10/21

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2020 102 379.7

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 6. März 2024 durch die Vorsitzende Richterin Dr. Mittenberger-Huber, die Richterin Akintche und den Richter Posselt

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Das Wortzeichen

Antifaschista

ist am 21. Februar 2020 zur Eintragung als Marke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register angemeldet worden. Nach einer mit Schreiben vom 15. Juni 2020 erklärten Einschränkung des Verzeichnisses werden noch folgende Waren und Dienstleistungen beansprucht:

Klasse 02: Farben; Lacke; Sprühanstrichmittel; Farbstoffe;

Klasse 16: Papier und Pappe; Klebstoffe für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Papier- und Schreibwaren sowie Lehr- und Unterrichtsmittel; Dekorations- und Künstlerbedarfsmaterialien und -mittel; Taschen, Beutel und Waren für Verpackungs-, Einpack- und Ablagezwecke aus Papier, Pappe oder Kunststoff; Druckereierzeugnisse; Papierhandtücher; Hygienische Handtücher aus Papier; Trockentücher aus Papier; Papierwimpel; Lätzchen aus Papier; Make-up-Pads aus Papier zum Abschminken; Tischwäsche aus Papier; Verpackungsbeutel aus biologisch abbaubarem Papier; Babylätzchen aus Papier; Saugfähiges Papier; Toilettenpapier; Toilettenpapierrollen; Serviettenpapier; Plakate aus Papier und Pappe; Küchenrollen aus Papier; Abfallbeutel aus Papier für Haushaltszwecke; Mülleimerbeutel aus Papier; Papierservietten; Papiertücher für Reinigungszwecke; Servietten aus

Papier für Haushaltszwecke; Wegwerfwischtücher aus Papier; Servietten aus Zellstoff für Haushaltszwecke; Abschminktücher aus Papier; Gedruckte Symbole;

Klasse 24: Textilwaren und Textilersatzstoffe, insbesondere Fahnen aus Stoff oder Kunststoff, Wimpel, Tuche für Fahnen;

Klasse 25: Kopfbedeckungen; Bekleidungsstücke; Teile von Bekleidungsstücken; Schuhwaren;

Klasse 35: Werbung, Marketing und Verkaufsförderung; Werbedienstleistungen; Gewerbliche Lobbyarbeit; Public Relations [Öffentlichkeitsarbeit]; Herausgabe von Werbetexten; Öffentlichkeitsarbeit [Public Relations]; Meinungsforschung; Plakatanschlagwerbung; Produktion von Werbefilmen; Verteilung von Werbematerial [Flugblätter, Prospekte, Drucksachen, Warenproben]; Verleih, Vermietung und Verpachtung von Gegenständen in Zusammenhang mit der Erbringung der vorgenannten Dienstleistungen, soweit in dieser Klasse enthalten; Beratung und Information in Bezug auf vorgenannte Dienstleistungen soweit in dieser Klasse enthalten;

Klasse 41: Elektronische Veröffentlichung von Texten und Druckerzeugnissen im Internet; Verfassen von Texten; Herausgabe von Texten; Verfassen von Texten für die Ausstrahlung mittels Teletextdienste; Veröffentlichung von Druckereierzeugnissen; Veröffentlichung von Zeitschriften; Veröffentlichung von nicht-periodischen Publikationen; Organisation und Veranstaltung von Konferenzen; Bereitstellung von nicht herunterladbaren Online-Videos;

Bereitstellung von nicht herunterladbarer Online-Musik; Bücherverleih; Desktop-Publishing [Erstellen von Publikationen mit dem Computer]; Erstellen von Bildreportagen; Erziehung und Unterricht; Fotografieren; Online Bereitstellung von nicht herunterladbaren elektronischen Publikationen; Online-Publikation von elektronischen Büchern und Zeitschriften; Organisation und Veranstaltung von Kongressen; Organisation und Veranstaltung von Konzerten; Veranstaltung sportlicher Wettkämpfe; Veranstaltung und Durchführung von Seminaren; Veranstaltung und Durchführung von Workshops [Ausbildung]; Veröffentlichung von Büchern; Verlags- und Berichtswesen; Beratung und Information in Bezug auf vorgenannte Dienstleistungen, soweit in dieser Klasse enthalten;

Klasse 45: Lobbyingdienste außer für wirtschaftliche Zwecke; Beratung auf dem Gebiet der Sicherheit; Dienstleistungen auf dem Gebiet der nicht-juristischen Streitregelung; Dienstleistungen in Prozessangelegenheiten; Lizenzvergabe von gewerblichen Schutzrechten; Mediation; rechtliche Lizenzverwaltung; Schlichtungsdienstleistungen; Sicherheitsbegleitung [Eskorte]; zivile Schutzdienste; persönliche und soziale Dienstleistungen, nämlich Networking-Dienste; Verleih, Vermietung und Verpachtung von Gegenständen in Zusammenhang mit der Erbringung der vorgenannten Dienstleistungen, soweit in dieser Klasse enthalten; Beratung und Information in Bezug auf vorgenannte Dienstleistungen, soweit in dieser Klasse enthalten.

Die Markenstelle für Klasse 16 des DPMA hat die Anmeldung mit Beschlüssen vom 29. Oktober 2020 und vom 2. Juni 2021, wobei letzterer im Erinnerungsverfahren

ergangen ist, wegen fehlender Unterscheidungskraft gem. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zurückgewiesen.

Aus Sicht der angesprochenen Verkehrskreise beschreibe die Bezeichnung „Antifaschista“ einen Teil der angemeldeten Produkte unmittelbar in inhaltlich-thematischer bzw. gegenständlicher Hinsicht. Im Übrigen erschöpfe sie sich in einer allgemeinen Wendung, die aufgrund ihrer schlagwortartigen Verwendung insbesondere in den Medien sowie ihrer bekenntnishaften Bedeutung vom Publikum nur als solche und nicht auch als betriebliche Herkunftsangabe wahrgenommen werde. „Antifaschista“ sei eine Anlehnung an das Akronym „Antifa“, den italienischen Begriff „antifascista“ bzw. die bekannte, ursprünglich aus dem Italien der 1920er Jahre stammende und im linken Spektrum bis heute gebräuchliche Parole „alerta antifascista“. In dieser Bedeutung sei der Begriff „Antifaschista“ ein Synonym für „Antifaschistische Aktion“ und damit Oberbegriff für verschiedene, im Regelfall eher locker strukturierte, autonome Strömungen der linken Szene, welche sich für eine antifaschistische Politik und Gesellschaft einsetzten. Die Bezeichnung „Antifaschista“ weise daher keinerlei Originalität oder Eigentümlichkeit auf. Daher werde das Publikum bezüglich der Waren der Klasse 16, die einen gedanklichen Inhalt verkörpern könnten, ohne Weiteres davon ausgehen, dass diese inhaltlich-thematisch die „Antifaschista“ als politische Strömung und Sammlungsbewegung der linken Szene, eine antifaschistische Politik bzw. den Kampf um eine antifaschistische Gesellschaft behandelten oder mit grafischen Abbildungen zu diesen Themen versehen seien. Entsprechendes gelte für die in Klasse 41 beanspruchten (Aus-)Bildungs- und Erziehungsdienstleistungen. Die sonstigen Herausgabe-, Veröffentlichungs- und Organisationsdienstleistungen der Klasse 41 könnten zumindest überwiegend auf mediale Waren oder Veranstaltungen zum Thema „Antifaschista“, Antifaschismus bzw. antifaschistische Gesellschaft gerichtet sein. „Antifaschista“ weise als politische Strömung eine für ein solches Verständnis hinreichende thematische Breite auf, was erst recht für deren Ziele gelte. Entsprechendes sei gleichermaßen für einen Teil der Dienstleistungen der Klasse 45 der Fall. Aber auch soweit „Antifaschista“

die beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht unmittelbar beschreibe und auch keinen engen beschreibenden Bezug vermittele, werde das angesprochene Publikum darin lediglich ein für sich stehendes politisches Schlagwort oder einen Ausdruck des Bekenntnisses bzw. der Verbundenheit mit der durch „Antifaschista“ bzw. „Antifa“ bezeichneten politischen Strömung und deren Zielen verstehen. Die vom Anmelder angesprochene Voreintragung „Die Alliierten“, die zudem erst nach einer weitgehenden Einschränkung des Verzeichnisses als schutzfähig angesehen worden sei, sei insbesondere hinsichtlich der Eignung als Statement nicht mit dem Anmeldezeichen vergleichbar und entfalte darüber hinaus auch keine Bindungswirkung.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde des Anmelders mit dem sinngemäßen Antrag,

die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 16 vom 29. Oktober 2020 und vom 2. Juni 2021 aufzuheben.

Das angemeldete Zeichen sei unterscheidungskräftig und auch nicht freihaltebedürftig. Zwar werde die von der Markenstelle angenommene Bedeutung des Begriffs Antifaschista vom Beschwerdeführer nicht infrage gestellt. Allerdings lasse sich daraus nicht ableiten, dass dem Zeichen keine Herkunftsfunktion zukomme. Selbst wenn ein Teil der angesprochenen Verkehrskreise in dem Anmeldezeichen eine spezielle politische Organisation erkenne, bedeute dies nicht, dass das Zeichen Informationen über die Art der mit ihm gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen vermittele. Mithin könnten die maßgeblichen Verkehrskreise in dem angemeldeten Zeichen keine beschreibende Bedeutung wiederfinden, da sie dieses ausschließlich dem politischen Bereich zuordnen würden bzw. ausschließlich mit politischen Betätigungen in Verbindung brächten. Es bestehe auch kein enger beschreibender Bezug des Zeichens zu den beanspruchten Waren und Dienstleistungen. Ihm könne daher nicht jegliche Unterscheidungskraft abgesprochen werden, selbst wenn es Verwendungsmöglichkeiten gebe, bei denen

der Verkehr es nicht als Herkunftshinweis verstehe. Darüber hinaus könne nicht davon ausgegangen werden, dass das Anmeldezeichen in Verbindung mit den beanspruchten Dienstleistungen vom Verkehr stets nur als solches und nicht als Mittel zur betrieblichen Herkunftsindividualisierung aufgefasst werde. Das Wort „Antifascista“ finde sich im deutschen Sprachgebrauch nicht wieder. Vielmehr würden Begriffe wie „Antifaschismus“ oder „antifaschistisch“ verwendet. Die vom Senat übermittelten Recherchebelege beträfen den spanischen Ausdruck „antifascista“, der zudem mit weiteren Worten und/oder Bildelementen verwendet werde. Der inländische Verkehr könne mit den Begriffen – z. B. BARISTA ANTIFASCHISTA - nichts anfangen und werde dem Zeichen daher keine Bedeutung zumessen. Insbesondere handele es sich bei dem Anmeldezeichen nicht um eine deutsche Übersetzung des spanischen Begriffs. Denn diese laute „antifaschistisch“. Vielmehr sei das Wort eine Neuschöpfung aus dem spanischen „antifascista“ und dem deutschen „antifaschistisch“. Eine solche Kombination aus Worten der deutschen und spanischen Sprache sei unüblich und werde daher vom Verkehr als Herkunftshinweis wahrgenommen. Die Verkehrskreise würden die deutlichen Abweichungen zu den bereits genannten fremdsprachigen Begriffen auch unmittelbar erkennen. Hierzu werde beispielhaft auf die Entscheidung des 27. Senats in Sachen LINEAS verwiesen. Dort sei selbst bei einem Begriff aus dem Grundwortschatz des Spanischen Unterscheidungskraft angenommen worden, da eine beschreibende Verwendung des Wortes in Deutschland nicht nachgewiesen werden konnte. Dies müsse erst Recht für die hier angemeldete Wortneuschöpfung gelten. Zudem sei in diesem Fall von einer gespaltenen Verkehrsauffassung auszugehen. Denn nur ein kleiner Teil der Verkehrskreise, die dem linken äußeren Spektrum angehörten und dort politisch aktiv seien, würden in „antifascista“ einen beschreibenden Begriff erblicken. Der ganz überwiegende Teil des Verkehrs, auf den hier abgestellt werden müsse, sei dazu jedoch nicht in der Lage. Vielmehr sehe er darin – und erst Recht im angemeldeten Zeichen - einen Fantasiebegriff. Ergänzend werde darauf hingewiesen, dass das Europäische Amt für geistiges Eigentum (EUIPO) in einem vergleichbaren Fall die Unionsmarke 018 362 277 „Migrantifa“ eingetragen habe.

Der Senat hat mit Schreiben vom 14. Dezember 2023 und vom 22. Januar 2024 weitere Rechercheunterlagen übermittelt und seine vorläufige Rechtsauffassung dargelegt, wonach die Beschwerde nicht erfolgreich sein dürfte.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die gemäß § 66 MarkenG zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg.

A. Das angemeldete Zeichen **Antifaschista** ist wegen fehlender Unterscheidungskraft gem. § 37 Abs. 1 i. V. m. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zurückzuweisen.

1. 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 2020, 411 Rn. 10 – #darferdas? II, 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? II; 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 2020, 411 Rn. 10 – #darferdas? II; 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, die die beanspruchte Ware oder Dienstleistung zwar selbst nicht unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu diesen hergestellt wird und die sich damit in einer beschreibenden Angabe erschöpfen (BGH GRUR 2018, 932 Rn. 8 – #darferdas?; a. a. O. – Pippi-Langstrumpf-Marke; a. a. O. Rn. 16 – Gute Laune Drops).

Nach den vorgenannten Grundsätzen verfügt das Anmeldezeichen **Antifaschista** nicht über das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft.

2. Die Dienstleistungen der Klasse 35, die Veröffentlichungsdienstleistungen in Klasse 41 sowie die Lobbyingdienste in Klasse 45 richten sich vornehmlich an Unternehmen und Fachkreise. Die übrigen Dienstleistungen sowie die beanspruchten Waren und wenden sich hingegen ganz überwiegend an ein breites Publikum.

3. Das Wort „Antifaschista“ lehnt sich an das italienische Wort für antifaschistisch bzw. Antifaschismus („antifascista“) an. „Antifaschistisch“ bedeutet „den Antifaschismus betreffend, zu ihm gehörig“ (<https://www.wissen.de/fremdwort/antifaschistisch>). Der Begriff existiert in gleicher Bedeutung in der spanischen und portugiesischen Sprache. Zudem ist die Bezeichnung im Französischen („antifasciste“) und Englischen („antifascist“) sehr ähnlich.

Der Antifaschismus bezeichnet eine Haltung sowie soziale Bewegungen, die sich in Theorie und Praxis gegen jede Erscheinungsform von Faschismus wenden. Dies stellt der Beschwerdeführer auch nicht in Frage. In kommunistischen Staaten war Antifaschismus ideologisch eine verordnete Staatsdoktrin (<https://de.wikipedia.org/wiki/Antifaschismus>). Als Antifaschisten wurden in den 1920er Jahren die Gegner des faschistischen Diktators Mussolini bezeichnet. Analog dazu gab es in Deutschland seit 1923 die „Antifaschistische Aktion“, deren

Ziel es war, gegen den aufstrebenden Nationalsozialismus zu kämpfen. Die Mitglieder kamen anfangs nur aus der kommunistischen, später aus allen sozialistischen Parteien und Organisationen. Nach der Wahl Adolf Hitlers zum Reichskanzler wurde der Begriff Antifaschismus nur noch vereinzelt vom kommunistischen Widerstand verwendet. Heute fasst der Ausdruck alle Kräfte zusammen, die Neonazismus, Neofaschismus, Rechtsextremismus und Neue Rechte aktiv bekämpfen und deren gesellschaftliche Ursachen beseitigen wollen. Die Akteure bezeichnen sich als „Antifaschisten“ (<https://de.wikipedia.org/wiki/Antifaschismus>).

4. Dieser Bedeutungsgehalt ist den angesprochenen Verkehrskreisen ohne weiteres vertraut. Dies gilt – anders als der Beschwerdeführer meint - nicht nur für politisch interessierte Kreise insbesondere aus dem linken Spektrum, sondern auch für Durchschnittsverbraucher, denen die Bezeichnung, u. a. durch Berichte in Zeitung, Fernsehen oder Internet, bekannt ist. Der Antifaschismus und seine Ausprägungen in geschichtlicher, politischer, wirtschaftlicher und sozialer Hinsicht ist bereits Schülerinnen und Schülern ein Begriff, die ihn unter historischen Aspekten im Geschichtsunterricht und im Übrigen in den Fächern Wirtschaft, Politik und Sozialkunde durchnehmen.

Folgende Beispiele, die der Senat als Anlagenkonvolut 1 zu seinem Hinweis vom 14. Dezember 2023 versandt hat (vgl. Bl. 19 ff. d. A.), verdeutlichen die Präsenz des Wortes in den Medien:

- „Alerta Alerta Antifascista!“- Warum Teile der Mitte ein Problem mit diesem Ruf haben (Bl. 19 d. A.)
- Missverstandene Antifa-Schlachtrufe – Latte Marxiato (Bl. 20 ff. d. A.)
- Was bedeutet alerta alerta antifascista? (Bl. 23 ff. d. A.)
- Der Volksverpetzer: WAS HEISST „ALERTA, ALERTA, ANTIFASCISTA“? (Bl. 25 ff. d. A.)

- Antifa | Mut gegen Rechte Gewalt: „Antifa“ ist eine Abkürzung des Begriffes Antifaschismus. Das Motto „Alerta, Alerta Antifascista“ ... (Bl. 28 d. A.).

Dies unterscheidet das Anmeldezeichen im Übrigen von der vom Beschwerdeführer zitierten – zudem über dreizehn Jahre alten - Entscheidung des 27. (Marken-)Beschwerdesenats in Sachen LINEAS, eingetragen für – hier nicht verfahrensgegenständliche – Dienstleistungen der Klasse 38 und 42 (vgl. BPatG, Beschluss vom 19.10.2010, 27 W (pat) 541/10 – LINEAS). Bei „LINEAS“ in der deutschen Bedeutung „Linien“ handelt es sich weder um eine politische Haltung noch um eine soziale Bewegung. Vielmehr wird im vorgenannten Beschluss entscheidend darauf abgestellt, dass für die noch beanspruchten Dienstleistungen keine Produktlinien existierten und diese auch keinen gleichmäßigen, seriellen Charakter aufwiesen, sondern es sich „um einmalige und auf bestimmte Konstellationen abgestimmte Leistungen“ handle.

5. Anders als der Beschwerdeführer ausführt, werden die angesprochenen inländischen Verkehrskreise die geringfügige Abweichung des angemeldeten Zeichens zum spanischen, italienischen bzw. portugiesischen Begriff „antifascista“, die lediglich in dem zusätzlichen Buchstaben „h“ in der Mitte des zweiten Wortteils besteht und klanglich nicht erkennbar ist, entweder schon nicht bemerken oder für einen Druck- bzw. Schreibfehler halten (vgl. hierzu u. a. BGH GRUR 2003, 882, 883 – Lichtenstein; GRUR 2008, 1002 Rn. 35 – Schuhpark; BPatG, Beschluss vom 19.08.2022, 25 W (pat) 42/21 - Belagio; Beschluss vom 20.12.2021, 29 W (pat) 527/21 – Sportbokx; Beschluss vom 25.01.2021, 25 W (pat) 543/19 – Das Prot; Beschluss vom 12.11.2020, 30 W (pat) 529/20 – bankkart; Beschluss vom 06.05.2020, 25 W (pat) 506/20 – H.ostels; Beschluss vom 27.09.2018, 30 W (pat) 534/17 – Karnaval; Beschluss vom 25.09.2018, 28 W (pat) 606/17 – GLYDE; Beschluss vom 06.08.2018, 27 W (pat) 52/16 – RECHT§PRACHE; Beschluss vom 08.03.2013, 28 W (pat) 555/11 – Happyness; Beschluss vom 03.05.2010, 27 W (pat) 173/09 - mobiLotto; ; Ströbele in Ströbele/Hacker/Thiering, a. a. O., § 8 Rn. 234 m. w. N.). Denn der Verkehr ist an eine inhaltlich identische

Verwendung der Begriffe „Antifaschista“ und „antifascista“ bereits vor dem Anmeldezeitpunkt des hier verfahrensgegenständlichen Zeichens gewöhnt (vgl. auch die mit dem Hinweis vom 22. Januar 2024 übermittelten Anlagen, Bl. 65 ff. d. A.: „antifascista“-T-Shirts online shoppen – Spreadshirt“ Bl. 65 d. A.; „Mit Alerta-Antifaschista-Rufen bewegte sich die Menge über die Rudolf-Leonhard-Str...; „Hasta La Vista Antifaschista-Gruppe“ Bl. 65 Rs d. A.; „Wir hatten einen gemeinsamen Stand mit Antifaschista, einer bunten jungen Truppe ... Bl. 66 d. A.; „Sie skandieren ‚Antikapitalista‘ oder ‚Antifaschista‘. An den Landungsbrücken kommt es zu Auseinandersetzungen...Bl. 67 d. A.; „Mit Rufen wie ‚Hasta la vista – Antifaschista‘ wurde seitens der Gegendemonstranten klar gemacht, ...“ Bl. 68 d. A.; „Antifaschista-Blog, 19.12.2008...“ Bl. 69 Rs d. A.). Daher wird der Verkehr auch die vom Beschwerdeführer angesprochene Kombination aus Begriffen der deutschen und spanischen Sprache nicht erkennen bzw. dieser angesichts der Ähnlichkeit der jeweiligen Ausgangsbegriffe keine Bedeutung beimessen (vgl. auch BPatG, Beschluss vom 28.01.2022, 29 W (pat) 556/19 – Produktivo).

Wie die Markenstelle daher zutreffend und mit ausführlicher Begründung festgestellt hat, werden die angesprochenen Verkehrskreise das angemeldete Wortzeichen „Antifaschista“ ohne weiteres als Hinweis auf antifaschistische Gruppierungen bzw. Antifaschismus auffassen.

6. Hinsichtlich der beanspruchten Waren und Dienstleistungen gilt damit Folgendes:

a. In Zusammenhang mit einem Großteil der beanspruchten Waren und Dienstleistungen wird der Verkehr **Antifaschista** lediglich als eine inhaltsbeschreibende Sachangabe verstehen.

aa. Dies gilt zunächst für die Waren „Druckereierzeugnisse“ und „Lehr- und Unterrichtsmittel“ der Klasse 16 sowie die Dienstleistungen „Verfassen von Texten; Verfassen von Texten für die Ausstrahlung mittels Teletextdienste; Erstellen von Bildreportagen; Fotografieren“, die sich inhaltlich und thematisch mit

antifaschistischer Ideologie und antifaschistischen Gruppierungen beschäftigen können.

bb. Auch die in der Klasse 41 beanspruchten Verlagsdienstleistungen können sich inhaltlich auf „Antifaschismus“ beziehen. Der für die Druckschriften beschreibende Begriffsgehalt bezieht sich zudem auch auf die Dienstleistung „elektronische Veröffentlichung von Texten und Druckereierzeugnissen im Internet“ sowie die übrigen beanspruchten Publikationsdienstleistungen (vgl. BGH GRUR 2013, 522 Rn. 17 – Deutschlands schönste Seiten).

cc. Gleiches gilt für die Dienstleistungen der Klasse 41 „Erziehung und Unterricht; Veranstaltung und Durchführung von Seminaren; Veranstaltung und Durchführung von Workshops [Ausbildung]; Organisation und Veranstaltung von Konferenzen; Organisation und Veranstaltung von Kongressen; Organisation und Veranstaltung von Konzerten“ und die hierauf bezogenen Beratungs- und Informationsdienstleistungen, bei denen „Antifaschismus“ Erziehungs- und Unterrichtsinhalt sowie Veranstaltungsthema sein kann.

dd. Die Werbe- Marketing- und Verkaufsförderungsdienstleistungen der Klasse 35 nebst Hilfs-, Beratungs- und Informationsdienstleistungen werden zwar in der Regel nicht inhaltbezogen benannt. Jedoch ist beispielsweise eine Bezeichnung nach Art des Mediums oder der Branchen, auf die die Werbeleistungen bezogen sind (vgl. Ströbele in Ströbele/Hacker/Thiering, a. a. O., § 8 Rn. 141 m. w. N.), üblich. Bei politischer Werbung handelt es sich um eine Dienstleistung, die sich ganz gezielt auf die „Branche“ Politik bezieht und Aktivitäten im Zusammenhang mit politischer Werbung, wie die Ausarbeitung von Inhalten und Wahlkampagnen, ihre Platzierung auf einem Verbreitungsmedium sowie ihre Veröffentlichung und Verbreitung anbietet. Damit gibt das Anmeldezeichen lediglich einen Hinweis auf die inhaltliche Ausrichtung der Dienstleistung und deren Empfänger (vgl. auch Anlagenkonvolut 2, Bl. 29 ff. d. A.). Gleiches gilt für die Public-Relations-Dienstleistungen in dieser Klasse.

ee. Um eine inhaltsbezogene Angabe handelt es sich für einen Teil der Dienstleistungen der Klasse 45. So können Lobbying- und Networking-Dienste politische, der Antifa zugehörige Gruppierungen vertreten.

b. Doch selbst soweit hinsichtlich der übrigen Waren und Dienstleistungen das angemeldete Zeichen weder beschreibend ist, noch ein beschreibender Bezug vorliegt, wird es der Verkehr nicht als Hinweis auf den Hersteller der so bezeichneten Waren oder Erbringer der Dienstleistungen, sondern ausschließlich als politisches Schlagwort, das als Werbemittel oder als politisches Bekenntnis verwendet wird, auffassen (vgl. auch BPatG, Beschluss vom 6. Mai 2009, 29 W (pat) 55/07 - DON'T PANIC i'M ISLAMIC). Diese rechtliche Bewertung kann für eine Vielzahl völlig unterschiedlicher Waren und Dienstleistungen zutreffen, wenn – wie hier – festgestellt wird, dass es sich um einen gebräuchlichen Begriff handelt, der allgemein nur in seiner ursprünglichen - nicht markenmäßigen - Bedeutung verstanden wird (vgl. Ströbele in Ströbele/Hacker/Thiering, a. a. O., § 8 Rn. 128 ff., 139, 148).

aa. Waren der Klasse 16 und 24, wie z. B. Papier- und Schreibwaren, Verpackungsbeutel, Papierservietten oder Papierwimpel bzw. Fahnen aus Stoff oder Kunststoff und Wimpel werden häufig als Werbemittel mit dem Ziel der Erregung von Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit eingesetzt (vgl. u. a. Aufnäher „Ahoi Antifa“, „Antifascistas“, „Antifascists“; Anlagenkonvolut 3, Bl. 36 ff. d. A.).

bb. Auch Bekleidungsstücke; Kopfbedeckungen und Schuhwaren der Klasse 25 eignen sich als Werbeträger für politische Aussagen und Bekenntnisse und werden mit entsprechenden Aufdrucken angeboten (vgl. Anlagenkonvolut 4, Bl. 41 ff. d. A.):

- T-Shirt mit Aufdruck „Antifaschist“
- T-Shirt mit Aufdruck „against racism!“
- Fleecejacke mit Aufdruck „Antifascist Allstars“
- Hut (Bucket Hat) mit Aufdruck „antifa“

- Kapuzenpulli mit Aufdruck „Antifaschistische Aktion“
- Küchenschürze mit Aufdruck „Barrista, Barrista, Antifascista!“

Werden die beanspruchten Waren und Dienstleistungen mit dem angemeldeten Zeichen - egal an welcher Stelle - versehen, werden regelmäßig weder das unternehmerische Publikum noch der allgemeine durchschnittlich aufmerksame Endverbraucher dieser Waren und Dienstleistungen annehmen, es handele sich um einen Hinweis auf den Hersteller der so beschrifteten Waren (vgl. hierzu auch BGH GRUR 2024, 216 Rn. 32 – KÖLNER DOM; BPatG, Beschluss vom 15.11.2017, 29 W (pat) 16/14 – YOU & ME; Beschluss vom 12.01.2022, 29 W (pat) 570/19 – MAKE MONDAY SUNDAY; Beschluss vom 09.10.2019, 29 W (pat) 519/18 – Mir all sin Kölle; Beschluss vom 04.04.2019, 30 W (pat) 511/17 – reggae jam sowie Ströbele in Ströbele/Hacker/Thiering, a. a. O., § 8 Rn. 307). Das angesprochene Publikum wird in dem Zeichen vielmehr lediglich ein Bekenntnis zum Antifaschismus erblicken, so dass dem Anmeldezeichen auch für diese Waren und Dienstleistungen die erforderliche Unterscheidungskraft fehlt.

cc. Das gilt auch für die Waren der Klassen 2 „Farben; Lacke; Sprühanstrichmittel; Farbstoffe“ und die bisher nicht genannten Waren in Klasse 16 bzw. Dienstleistungen in Klasse 41 und 45, die in der Regel nicht als Werbeträger oder –mittel eingesetzt werden. Denn auch hier steht der oben genannte Bedeutungsgehalt aus den dort bereits erörterten Gründen so stark im Vordergrund, dass der Verkehr im Anmeldezeichen keinen Herkunftshinweis sehen wird. Entsprechend hat auch der Beschwerdeführer in seiner Beschwerdebegründung (vgl. Bl. 11 d. A.) wörtlich ausgeführt: „Mithin können die maßgeblichen Verkehrskreise in dem Anmeldezeichen keine beschreibende Bedeutung wiederfinden, da sie diesen (sic!) ausschließlich dem politischen Bereich zuordnen bzw. ausschließlich mit politischen Betätigungen in Verbindung bringen“.

7. Dem Schutzhindernis fehlender Unterscheidungskraft steht auch nicht entgegen, dass **Antifaschista** in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen

eher allgemein gehalten ist. Nicht jede begriffliche Unbestimmtheit begründet die erforderliche Unterscheidungskraft einer Marke. Von einem beschreibenden Begriff kann vielmehr auch auszugehen sein, wenn das angemeldete Zeichen verschiedene Bedeutungen hat, sein Inhalt vage und nicht klar umrissen ist oder nur eine der möglichen Bedeutungen die Dienstleistungen beschreibt (BGH GRUR 2014, 872 Rn. 25 - Gute Laune Drops; GRUR 2014, 569 Rn. 18 - HOT). Soweit der Beschwerdeführer darauf hingewiesen hat, dass der Begriff schutzfähig sei, weil es sich um eine Wortneuschöpfung handele, so ist dies unerheblich. Für die Annahme fehlender Unterscheidungskraft ist weder ein lexikalischer Nachweis erforderlich noch, dass die Angabe bereits im Verkehr geläufig ist oder verwendet wird (vgl. EuGH GRUR 2004, 146 Rn. 32 – Doublemint; EuGH GRUR 2004, 680 Rn. 38 – BIOMILD; BPatG, Beschluss vom 06.12.2021, 25 W (pat) 32/20 – WELLSWEET; Beschluss vom 20.12.2021, 29 W (pat) 527/21 - Sportbokx). Der Aspekt der „Neuheit“ bzw. „erfinderischen Tätigkeit“ spielt im Markenrecht – anders als im Patentrecht – keine Rolle, da es zur Beurteilung der Schutzfähigkeit eines Zeichens lediglich auf die Unterscheidungskraft bzw. das Freihaltebedürfnis ankommt (vgl. BGH GRUR 2003, 436, 439 – Feldenkrais; BPatG, Beschluss vom 05.02.2020, 29 W (pat) 516/17 – Keramik komplett; Beschluss vom 14.05.2019, 25 W (pat) 76/17 – Paletas Berlin; Beschluss vom 30.04.2014, 29 W (pat) 113/11 – Schichtenmodell der Integration).

8. Der Beschwerdeführer beruft sich schließlich ohne Erfolg auf die Eintragung der Unionsmarke 018 362 277 „Migrantifa“ beim Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO), bezüglich der zudem ein Nichtigkeitsverfahren anhängig ist. Da die Voreintragung nur einen Teil des hier beanspruchten Zeichens aufweist, ist sie mit diesem bereits nicht vergleichbar. Zudem steht dieser Eintragung die Zurückweisung der Anmeldung 302020108682.9 „Migrantifa“ durch das Deutsche Patent- und Markenamt wegen fehlender Unterscheidungskraft gegenüber, so dass schon nicht von einer einheitlichen Entscheidungspraxis ausgegangen werden kann. Hinzu kommt, dass aus nicht begründeten Eintragungen anderer Marken keine weitergehenden Informationen im Hinblick auf

die Beurteilung der konkreten Anmeldung entnommen werden können. Voreintragungen sind ohnehin nicht bindend. Denn auch unter Berufung auf den Gleichbehandlungsgrundsatz darf nicht von einer den rechtlichen Vorgaben entsprechenden Entscheidung abgesehen werden (vgl. EuGH GRUR 2009, 667 Rn. 18 - Bild-digital und ZVS Zeitungsvertrieb Stuttgart; BGH GRUR 2014, 569 Rn. 30 – HOT; GRUR 2012, 276 Rn. 18 – Institut der Norddeutschen Wirtschaft e. V. m. w. N.). Daher vermag auch die Eintragung der Marke 307 39 257 „Die Alliierten“ aus den bereits von der Markenstelle zutreffend genannten Gründen keine andere Entscheidung zu rechtfertigen.

B. Da bereits das Schutzhindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG vorliegt, kann dahinstehen, ob das Zeichen darüber hinaus gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG Freihaltungsbedürftig ist.

Die Beschwerde ist daher zurückzuweisen.

Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Beschluss steht den am Beschwerdeverfahren Beteiligten das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde zu. Da der Senat die Rechtsbeschwerde nicht zugelassen hat, ist sie nur statthaft, wenn gerügt wird, dass

1. das beschließende Gericht nicht vorschriftsmäßig besetzt war,
2. bei dem Beschluss ein Richter mitgewirkt hat, der von der Ausübung des Richteramtes kraft Gesetzes ausgeschlossen oder wegen Besorgnis der Befangenheit mit Erfolg abgelehnt war,
3. einem Beteiligten das rechtliche Gehör versagt war,
4. ein Beteiligter im Verfahren nicht nach Vorschrift des Gesetzes vertreten war, sofern er nicht der Führung des Verfahrens ausdrücklich oder stillschweigend zugestimmt hat,
5. der Beschluss aufgrund einer mündlichen Verhandlung ergangen ist, bei der die Vorschriften über die Öffentlichkeit des Verfahrens verletzt worden sind, oder
6. der Beschluss nicht mit Gründen versehen ist.

Die Rechtsbeschwerde ist innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstr. 45 a, 76133 Karlsruhe durch eine beim Bundesgerichtshof zugelassene Rechtsanwältin oder durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt einzulegen.

Mittenberger-Huber

Akintche

Posselt